Niklas Luhmann

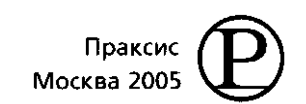
Die Realitat der Massenmedien

fur Sozialwissenschaften I GWV Fachverlage Gmbh
Wiesbaden 2004

Никлас Луман

РЕАЛЬНОСТЬ МАССМЕДИА

Праксис
Москва 2005



ББК 60.5
Л85

Перевод с немецкого *А. Ю. Антоновского*
Под редакцией *О. В. Кильдюшова*

Перевод подготовлен при поддержке
Фонда им. Александра фон Гумбольдта (ФРГ)

Луман Никлас
Л85 Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. — М.: Праксис, 2005. — 256 с. — (Серия «Образ общества»).
ISBN 5-901574-46-X

Работа крупнейшего немецкого социолога, создателя концепции социальных систем, посвящена проблеме массмедиа, их места и роли в современном обществе. В своей книге автор развивает оригинальную трактовку массмедиа как обособленной социальной системы, функционирующей на основе двоичного кода «информация/неинформация».

Книга может быть интересна социологам, политологам, журналистам, а также всем тем, кто интересуется характерными особенностями современных массмедиа.

ББК 60.5

ISBN 5-901574-46-X

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ КО ВТОРОМУ ИЗДАНИЮ

Публикуемый здесь текст восходит к одноименному докладу, который я представил 13 июля 1994 года в Академии наук Северного Рейна—Вестфалии, в Дюссельдорфе.[1]

По просьбе издательства я еще раз значительно расширил данный текст и дополнил его, прежде всего, соображениями, которые разрывают сравнительно узкие рамки «коммуникативно-научного» исследования массмедиа. И все-таки при этом были сохранены постановка проблемы и высказывания, содержащиеся в самом докладе. Поэтому мне показалось уместным обозначить предлагаемый ниже текст как «второе издание», хотя дополнения значительно превосходят ту необходимость обновления, которую накладывает появившаяся за это время литература.

I. ОБОСОБЛЕНИЕ[1] КАК УДВОЕНИЕ РЕАЛЬНОСТИ

То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа.[2] Данное утверждение справедливо не только в отношении нашего знания об обществе и истории, но и в отношении познания природы. Наши знания о стратосфере подобны тому, что было известно Платону об Атлантиде: мы что-то об этом слышали. Или, как говорит Горацио: *So I have heard, and do in part believe it.*[3] С другой стороны, мы так много знаем о массмедиа, что не можем доверять им. Защищаясь, мы обвиняем их в манипуляции, однако это обвинение не влечет за собой значимых последствий, поскольку знание, заимствованное у массмедиа, словно само по себе образует закрытую, саму себя подпирающую структуру. Подобное знание мы характеризуем как сомнительное, и все-таки вынуждены на нем основываться и из него исходить. Решение этой проблемы не может состоять в обнаружении некоего тайного кукловода на заднем плане, как это практиковалось в романах ужасов (Schauerromanen) XVIII столетия, — как бы ни хотели в это верить даже социологи. Согласно тезису, который должен получить дальнейшую разработку, мы имеем дело с одним из следствий функциональной дифференциации современного общества. Это воздействие можно проследить, его можно подвергнуть теоретической рефлексии. Но речь не идет о тайне, которая исчезла бы после ее обнародования. Скорее, можно было бы го-

ворить о «собственном значении» или «собственном поведении»[4] современного общества,[5] то есть о рекурсивно стабилизированных функторах, которые сохраняют стабильность даже тогда, когда раскрывается их генезис и способ функционирования.

В дальнейшем понятием «массмедиа» должны быть охвачены все общественные учреждения, использующие технические средства для распространения сообщений (Kommunikation). Прежде всего, подразумеваются книги, журналы, газеты, изготавливаемые на печатном станке; а также результаты всякого рода фото- или электронного копирования, в том случае, если массовые продукты производятся ими для еще не определенных адресатов. Распространение сообщений в эфире также подпадает под это понятие, если сообщения общедоступны, а не служат исключительно для телефонной связи отдельных участников. Массовое производство рукописей под диктовку, напоминающее средневековые скриптории, не должно удовлетворять [данному понятию], как и общедоступность пространства, в котором осуществляется коммуникация, — а значит, речь идет не о докладах, театральных представлениях, выставках, концертах, а, пожалуй, о распространении этих постановок на кассетах или дисках. Это ограничение может выглядеть несколько искусственным, но основная мысль состоит в том, что только машинное производство какого-либо продукта как носителя коммуникации — а не письменность как таковая — привело к обособлению особой системы массмедиа. Технология распространения здесь является почти таким же достижением, каким для экономики стала опосредующая функция денег: сама эта технология конституирует лишь медиум — условие

возможностей для формообразований, которые затем в этом отличаясь от самого медиума, образуют коммуникативные операции, обеспечивающие обособление и замкнутость операций системы.

Во всяком случае, решающее значение имеет то, *что между отправителем и адресатами не может состояться непосредственная (unter Anwesenden) интеракция.* Интеракция исключена благодаря посредничеству техники, и это имеет далеко идущие последствия, которые дают возможность определить понятие «массмедиа». Исключения возможны (но никогда — со всеми адресатами), однако они проявляются в форме инсценировки и именно так регулируются в студиях вещания. Они ничего не меняют в технически обусловленной необходимости прерывания контактов. С одной стороны, в результате этого разрыва обеспечивается высокая степень коммуникативной свободы. Благодаря этому возникает излишек коммуникативных возможностей, который может далее контролироваться лишь внутрисистемно: посредством самоорганизации системы и ее собственных конструкций реальности. С другой стороны, оказываются задействованными два фактора селекции, которые не могут координироваться из одного центра: готовность к вещанию и интерес к включению. Организации, которые производят коммуникацию в рамках массмедийной системы, зависят от гипотетических требований и приемлемости [со стороны и для адресатов].[6] Это приводит к стандартизации, а также к дифференциации их программ, во всяком случае — к унификации, не отвечающей индивидуальным требованиям. Но именно поэтому отдельный участник [такой коммуникации] получает шанс выбрать в предлагаемом ассортимен-

те именно то, что ему подходит, или то, что он полагает нужным знать в силу принадлежности к определенному кругу (например, как политик или учитель). Эти структурные рамочные условия протекания массмедийных операций ограничивают то, что они могут реализовывать.

О реальности массмедиа можно говорить в двояком смысле. Наше заглавие должно характеризовать эту двусмысленность, и потому оно толкуется нами как амбивалентное. Ведь единство этого двойного смысла является тем отправным пунктом, который должен получить разработку в ходе дальнейших размышлений.

Реальность массмедиа, можно было бы сказать, их реальная реальность, состоит в их собственных операциях. В печати и вещании. В чтении. В просмотре передач. Бесчисленные коммуникации подготовки [печати и вещания] и обсуждения, происходящие постфактум, обрамляют этот процесс. Процесс распространения, однако, возможен лишь на основе технологий. Их способ функционирования структурирует и ограничивает то, что возможно в качестве массовой коммуникации. Это надо учитывать в любой теории средств массовой коммуникации. Но не машинное производство массмедиа и, тем более, не их механическая или электронная внутренняя жизнь будут полагаться нами в качестве операций системы массмедиа. Не все, что является условием возможности операций системы, может составлять часть операционных цепей самой системы. (Естественно, это относится и к живым и вообще ко всем аутопойетическим системам.) Поэтому более осмысленно было бы понимать под реальной реальностью средств массовой коммуникации протекающие в них и про-

низывающие их коммуникации. Мы не сомневаемся, что такого рода коммуникации действительно имеют место (хотя в некотором теоретико-познавательном смысле все высказывания, включая и это, являются высказываниями наблюдателя, и в силу этого свою собственную реальность получают в этих операциях наблюдателя).

Исключая из коммуникативных операций техническую аппаратуру, «материальность коммуникации»,[7] — ибо при всей ее важности ее нельзя передать в сообщении, — мы ограничиваем [их] процессом (понимающего либо неправильно понимающего) принятия. Коммуникация возникает лишь тогда, когда кто-то видит, слышит, читает и постольку понимает, что здесь могла бы последовать дальнейшая коммуникация. Одно только действие, передающее сообщение, следовательно, еще не является коммуникацией. При этом средствам массовой коммуникации (в отличие от интеракции среди присутствующих лиц) трудно определить актуально задействованный круг адресатов. Поэтому явное присутствие должно в значительном объеме компенсироваться гипотезами. Это тем более важно в том случае, когда должно со-учитываться и перетекание понимания/непонимания в следующую коммуникацию внутри или вне системы массмедиа. Эта неосведомленность имеет, однако, то преимущество, что не требуется рекурсивного шлифования специальных областей, и коммуникация не блокируется тотчас же в результате неуспеха или противоречия, но может все-таки подыскать себе благосклонную публику и продолжать экспериментировать с различными возможностями.

Эти понятийные контуры относятся к реально

протекающим операциям, с помощью которых система воспроизводит саму себя и свою дифференцию[8] с внешним миром. Но можно говорить и о втором смысле реальности массмедиа, а именно, о смысле того, что *для нее* или *благодаря ей для других выглядит* как реальность. Если использовать кантовскую терминологию, массмедиа производят трансцендентальную иллюзию. В таком понимании деятельность массмедиа рассматривается не просто как последовательность *операций,* но как последовательность *наблюдений* или, точнее, как последовательность наблюдающих операций. Чтобы прийти к такому пониманию массмедиа, мы, следовательно, должны наблюдать их наблюдение. Для понимания, представленного вначале, достаточно наблюдения первого порядка, в котором речь как будто бы ведется о фактах. Для второй возможности понимания следует занять позицию наблюдателя второго порядка, то есть наблюдателя наблюдателей.[9]

Придерживаясь этого различения, мы можем говорить (всегда относительно некоего наблюдателя) о первой реальности и о второй (или наблюдаемой) реальности. Теперь мы наблюдаем некое удвоение реальности, которое осуществляется в наблюдаемой системе массмедиа. В ее коммуникациях действительно что-то обсуждается. Что-то другое или они сами. Речь, следовательно, идет о системе, которая может проводить различие между самореференцией и инореференцией. В рамках классического дискурса на тему истины, а также повседневных представлений о ней, интерес вызывало бы лишь то, верны ли сообщения массмедиа или нет. Или они верны лишь наполовину, а наполовину — ложны, ибо истиной «манипулируют»? Но как это установить? В отдель-

ных случаях это было бы возможно в отношении того или иного наблюдателя и, в особенности, в отношении систем, о которых как раз сообщается. Однако для массы ежедневных текущих сообщений это, естественно, исключено. В своих дальнейших размышлениях этот вопрос мы последовательно выносим за скобки. Мы придерживаемся того исходного пункта, что массмедиа — как наблюдающие системы — вынуждены проводить различение между самореференцией и инореференцией. Иначе они не могут. Они просто не способны принимать за истину самих себя, и в этом, прежде всего, состоит еще одна гарантия [от манипуляций]. Итак, они должны конструировать какую-то реальность, а именно, еще одну реальность, отличную от них самих.

На первый взгляд эта мысль может показаться весьма тривиальной. Об этом можно было бы даже не упоминать, если бы этот вид «конструктивизма» так жарко не оспаривался бы на теоретико-познавательном уровне и в самих массмедиа.[10] Однако, если всякое познание должно строиться на основе различения самореференции и инореференции, то это вместе с тем означает, что всякое познание (а следовательно, всякая реальность) является конструкцией. *Ведь это различение самореференции и инореференции не может существовать во внешнем мире системы* (ибо чем были бы тогда эти «сам» и «иной»), *но осуществляется лишь в самой системе.*

Итак, здесь, как и в теории познания,[11] мы выбираем опцию операционного конструктивизма. Конструктивистские теории утверждают, что когнитивные системы не в состоянии различать между условиями существования реальных объектов и условиями их познания, ибо они не имеют никакого независи-

мого от познания доступа к таким реальным объектам. Этот недостаток, правда, можно исправить на уровне наблюдения второго порядка, наблюдения когнитивных операций *других* систем. Тогда можно понять, как их «фреймы» формируют их познание. Однако это приводит лишь к повторению проблемы на уровне наблюдения второго порядка. И наблюдатели других наблюдателей не способны отличить условия существования этих наблюдателей от условий познания того, что речь идет об определенных наблюдателях, обусловливающих самих себя.

При всем расхождении наблюдений первого и второго порядка это различение не отменяет глубинный постулат конструктивизма, но подтверждает его через обратное применение к себе самому, то есть «ав[1] тологически». Первичная реальность лежит (познание же может рефлексировать об этом как угодно) не в «запредельном мире», а состоит в самих когнитивных операциях,[12] ибо они возможны лишь при наличии двух условий, а именно, благодаря тому, что они образуют аутопойетическую, самовоспроизводящуюся систему, и в силу того, что эта система может наблюдать лишь в том случае, если различает между самореференцией и инореференцией. Эти условия мыслятся как эмпирические (а не трансцендентальные). Это также означает, что они выполняются при наличии других бесчисленных'предпосылок, выполнение которых не может быть обеспечено самой системой. Операциональный конструктивизм ни в коем случае не отрицает существования внешнего мира. В противном случае ведь не имело бы смысла и понятие границы системы, которое предполагает, что существует и ее другая сторона. Тезис операционального конструктивизма, следователь-

но, не ведет к «утрате мира», не оспаривает существования реальности. Он также предполагает мир не в виде некоего предмета, а феноменологически — как горизонт. То есть как недостижимый. И поэтому не остается никакой другой возможности, кроме одной — конструировать реальность и при случае: наблюдать наблюдателей в том, как они конструируют реальность. Весьма вероятно, что потом у различных наблюдателей создается впечатление, будто они познают «одно и то же», и что теоретики трансцендентализма попытаются это объяснить исключительно конструкциями трансцендентальных Aprioris — этой невидимой руки, которая упорядочивает познание наперекор индивидуальности. Однако в действительности и это является конструкцией, ибо теперь уже не обойтись без того или иного системно-специфического различения самореференции и инореференции.

То, что подразумевается под «реальностью», поэтому может быть лишь внутренним коррелятом системных операций, — а никак не качеством, присущим предметам познания помимо тех, которые выделяют их по роду и виду. Реальность поэтому есть всего лишь индикатор для успешных проверок связности и последовательности в системе. Реальность вырабатывается внутри системы через придание смысла (или лучше по-английски: *sensemaking)*.[13] Она возникает, если разрешаются противоречия, которые могут являться следствием участия памяти в системных операциях, — к примеру, благодаря конструкциям пространства и времени: измерениям с различными позициями, в которых могут локализовываться разнородные восприятия или воспоминания, не вступая в конфликт друг с другом. Если

в рамках коммуникации категорически настаивают на реальности («реальный» лимон, «действительное» переживание), то вместе с тем здесь проявляется вероятное, а возможно, и действительное сомнение. Чем сложнее становится система, чем сильнее ее раздражают, тем большую вариативность может допускать внешний мир, не лишаясь реальности; тем обширнее возможности у системы для работы и с отрицаниями, фикциями, с «исключительно аналитическими» или статистическими предположениями, весьма далекими от мира, каков он есть сам по себе.

Поэтому все высказывания о реальности все-таки связаны с системными референциями, не допускающими дальнейшей генерализации (трансцендентализации). Наш вопрос, следовательно, приобретает такую форму: как массмедиа конструируют реальность? Или более сложно (и применительно к собственной самореференции!): как мы (например, как социологи) можем описывать реальность массмедийных конструкций реальности? Мы *не* формулируем вопрос о том, как массмедиа *искажают* реальность своим способом ее представления. Ибо это предполагало бы онтологическую, наличную, объективно доступную реальность, познаваемую свободно от конструкций и представляющую в своей основе древний космос сущностей. Ученые могут быть абсолютно убеждены, что они лучше знают реальность, чем она изображается в массмедиа, обреченных на то, чтобы заниматься «популяризацией». Но это означает всего лишь сопоставлять собственную конструкцию с некоторой другой. Это осуществимо благодаря общественному настроению, поскольку общество принимает научные описания за аутентичное познание реальности. Однако это никак не отменяет возможно-

сти однажды задать, прежде всего, такой вопрос: как массмедиа конструируют реальность?

Исследование массмедиа в науке о коммуникации, описывающей их — возросшее в последние десятилетия — влияние на общественные процессы, призвано ответить на аналогичный вопрос.[14] То, что по собственным стандартам должно было бы расцениваться как успех, затем стилизуется под кризис. Однако описание в виде кризиса предполагало бы, что на него можно реагировать изменением структур. А такого рода возможность все-таки не просматривается. Кризис затрагивает не способ операций массмедиа, а лишь их самоописание, выражается в отсутствии достаточной теории рефлексии. Для ответа на этот вызов нужно исходить не только из признания растущего влияния массмедиа в последние десятилетия, — как бы ни поражало нас, например, то, что экономические предприятия соотносятся с обществом уже не только через свою продукцию, но и — под влиянием массмедиа — через «культуру» и «этику». Изобретение ротационного печатного станка также не стало радикальной вехой, а оказалось лишь одним из шагов в усилении эффективности. Ведь наблюдение и критика массмедийных эффектов давно уже стали обычными явлениями.[15] Необходимо расширить эпоху исторического наблюдения, в принципе начинающуюся со становления эффективной печатной прессы; нужны, прежде всего, теоретические инструменты, которые были бы достаточно абстрактны, чтобы с их помощью теорию массмедиа можно было встроить в рамки общей теории современного общества. Для этого мы в дальнейшем используем гипотезу, по которой массмедиа являются одной из функциональных систем современного общества,

которая, подобно всем остальным, своей усиливающейся производительностью обязана своему системному обособлению, оперативной замкнутости и аутопойетической автономии.

Впрочем, этот двойной смысл реальности — в виде фактически протекающей, то есть наблюдаемой операции и в виде порождаемой тем самым реальности общества и его мира — отчетливо показывает, что понятия оперативной замкнутости, автономии и конструкции ни в коем случае не исключают каузальных воздействий извне. Именно тогда, когда мы вынуждены исходить из того, что в каждом случае речь идет о сконструированной действительности, это своеобразие производимых операций особенно зависит от внешних воздействий. Это может быть очень хорошо показано на примере военной цензуры репортажей во время войны в Персидском заливе. Цензура могла действовать только по правилам массмедиа: она должна была содействовать созданию желаемых конструкций и исключать независимую информацию, которую и так едва ли можно было бы добыть. Поскольку война инсценировалась и как медийное событие, а параллельно осуществляемая киносъемка или интерпретация данных одновременно служили и военным, и информационным целям, их расцепление повлекло бы за собой практически тотальный информационный коллапс. От цензуры не требовалось почти ничего, кроме того, чтобы учитывать хроническую информационную потребность массмедиа и обеспечивать их новостями для необходимого продолжения передач.[16] Поэтому демонстрировали, главным образом, использование военной техники. То, что в связи с этим была почти полностью затемнена сторона войны, касавшаяся

человеческих жертв, вызвало значительную критику. Но, возможно, так произошло лишь потому, что это полностью противоречило выстроенным самими массмедиа представлениям о том, как должна выглядеть война.

II. «САМОРЕФЕРЕНЦИЯ» И «ИНОРЕФЕРЕНЦИЯ»

Прежде чем мы двинемся дальше, более тщательно проанализируем встроенное в систему различение самореференции и инореференции. То, что граница системы — порождаемая ее операциями дифференция системы и внешнего мира — снова копируется внутри системы, должно бросаться в глаза любому внешнему наблюдателю (например, нам). Итак, система уже должна оперировать и продолжать свои операции (например, уметь жить или коммуницировать), прежде чем порожденная таким образом *дифференция* может быть использована внутри системы как различение, а тем самым как схема для собственных наблюдений.[1] Следовательно, мы должны различать дифференцию и различение, а это требует фиксации некоторой системной референции (здесь речь идет о средствах массовой коммуникации) или наблюдения наблюдателя, способного отличить себя от того, что он наблюдает.

Если выражаться более абстрактно и использовать математическую терминологию, то мы (как наблюдатели) можем говорить о «повторном вводе» («re-entry») некоторого различения в то, что было благодаря нему различено.[2] Как показывает разработанное Спенсером Брауном формальное исчисление,[3] «re-entry» есть пограничная операция исчисления, остающегося на уровне наблюдения первого порядка и в рамках двузначных различений.[4] «Повторный ввод» сначала функционирует неявно (поскольку наблюде-

ние требует различения и, следовательно, предполагает различение наблюдения и различения) и может быть обозначен лишь постфактум, однако лишь таким способом, который приводит к «неразрешимой неопределенности» («unresolvable indeterminacy»), которая, в свою очередь, уже не может рассматриваться в строгих математических формах арифметики и (булевой) алгебры.[5]

На важнейшее следствие этого положения давно указывал Хайнц фон Ферстер.[6] Оно состоит в том, что исчисление этого вида уже не может пониматься как инструмент для репрезентативного установления «объективной» истины. Оно оказывается «би-стабильным» и благодаря этому генерирует собственное время, которое оно, подобно компьютеру, «расходует» на распределение по очередности своих собственных операций. Внутренне произведенная неопределенность разлагается, таким образом, на линейную последовательность операций, которые могут последовательно реализовывать различные задачи. Система расходует время и формирует все операции в ожидании того, что к ним присоединятся и другие [операции]. Так же работает и система массмедийной коммуникации: на основе предположения, что ее собственные коммуникации будут продолжены через час или на следующий день. Любая передача обещает продолжение. При этом речь никогда не заходит о репрезентации мира, каким он является в данный момент.

Дальнейшие размышления исходят из необходимости некоего «воображаемого состояния» для продолжения операций, подрывающих это исчисление.[7] Можно было бы выразить эту мысль так: этот «повторный ввод» скрывает парадокс, ибо противопо-

ложные [стороны] различения (система/внешний мир, самореференция/инореференция) рассматриваются здесь как одно и то же. В восприятии систем стирается различение между миром, каков он есть сам по себе, и миром, как он наблюдается.[8] Существуют многочисленные, культурно удостоверенные возможности корректировки заблуждений. Еще со времен Маркса и Фрейда открываются возможности само-подозрения (уже опосредованного массмедиа), осознания того, что мы руководствуемся латентными интересами или мотивами. Для этих целей общество обзаводится «критическими» интеллектуалами и терапевтами. Однако это [подозрение в латентных интересах и мотивах] является всего лишь условием коррекции действительных операций, а следовательно, перспективы на будущее, в то время как в операциях актуальной современности невозможно различить мир такой, каков он есть, и мир, каким его наблюдают.

Для разрешения этого парадокса слияния двух миров необходимы воображение или творческие побуждения, которые хотя и зависят от актуального состояния системы, однако не детерминированы им. Состояние системы — в форме раздражения, изумления, новости — переходит в следующую коммуникацию, причем операции системы не способны как-то прояснить мистерию первоначала, источник новизны нового.[9] Система предпосылает себя самой себе в виде самопорожденного раздражения, оставаясь недосягаемой для себя средствами собственных операций, а затем обращается к переработке раздражения в информацию, которую она производит для общества (и для самой себя в этом обществе). Именно поэтому реальность системы всегда остается кор-

релятом собственных операций, ее собственной конструкцией.

То, что массмедиа, вопреки замкнутости их операций, не возвышаются над обществом, не вырывают себя из него, обеспечивается с помощью тем коммуникации. Темы — это необходимые условия коммуникации.[10] Они репрезентируют инореференцию коммуникации и организуют ее память. Они сопрягают коммуникативные акты в комплексы принадлежащих друг другу элементов таким образом, чтобы в текущей коммуникации можно было понять, оставляют ли, развивают ли прежнюю тему или ее меняют. Поэтому на тематическом уровне начинается непрерывное согласование инореференции и самореференции *в рамках собственно-системной коммуникации.*[11] Такая тема, как СПИД, не является собственным продуктом массмедиа. Они лишь подхватывают ее, затем, однако, рассматривают ее под. таким углом и подвергают ее такому тематическому развитию, которое не может быть объяснено на основе результатов медицинских исследований и коммуникаций между врачами и пациентами.[12] Публичная рекурсивность обсуждения темы, предпосылки предварительного знания и потребности в дальнейшей информации суть основные и типичные продукты, условия продолжения массмедийной коммуникации; и эта гарантированность публичной рекурсивности затем, со своей стороны, делает возможным обратное воздействие на коммуникации во внешнем мире массмедиа, например, на медицинские исследования или на планирование фармацевтической индустрии, которая в результате политически организованных, обязательных медицинских обследований может достигать миллиардных оборотов.

Поэтому темы служат для структурного сопряжения массмедиа с другими сферами общества; они настолько эластичны, настолько диверсифицируемы, что массмедиа посредством своих тематик могут проникать во все сферы общества, в то время как такие системы в рамках внутри-общественного внешнего мира, как политика, наука, право, нередко испытывают трудности, предлагая массмедиа свои темы и пытаясь добиться их адекватного предметного восприятия. Успех массмедиа в рамках всего общества основывается на достижении ими [общественного] признания их тематик, которые сохраняют независимость от того, позитивную или негативную позицию занимают [массмедиа] по отношению к информации, смысловым интерпретациям, прорисовывающимся оценкам. Интерес к теме проистекает зачастую именно из того, что возможны обе позиции.

После их обнародования темы могут рассматриваться как известные. Кроме того, можно предположить, что их известность — общеизвестна (als bekannt bekannt), хотя возможности для личных мнений и коммуникативных выражений на отдельные темы и остаются открытыми, — что весьма напоминает функционирование медиума денег, основанного на гарантировании их принятия, хотя индивидуальные цели их использования остаются открытыми. В обоих случаях — от темы к теме и от цены к цене — варьируется спектр открытости индивидуальных расхождений или предпочтений. Такие структуры разрушают стереотипное, проистекающее исключительно из индивидуальной перспективы предположение о взаимоисключающих отношениях между согласием и конфликтом или конформиз-

мом и индивидуальностью. Благодаря возрастанию структурной сложности и в результате эволюции специальных средств массовой коммуникации, каждая из обеих возможностей может реализоваться обществом более интенсивно. Впрочем, известность известного обеспечивает необходимое ускорение коммуникации. Она позволяет массмедиа опираться на предпосылки и концентрироваться на том, чтобы поновому (или как будто по-новому) представлять те или иные неожиданные ситуации.

Наблюдатель (ими могут быть и организации в системе массмедиа) способен различать между *темами* и *функциями* коммуникации. Например, он может сказать себе и другим: если мы не известим о том-то и том-то, если откажемся от прогнозов погоды или от новомодной биоскопии — мы потеряем читателей. Для этого коммуникация должна рефлексироваться как коммуникация, что актуализирует самореференцию. Различение «темы — функции» соответствует различению «инореференция — самореференция». С его помощью наблюдатель[13] получает свободу в выборе тематик и, прежде всего, свободу в игнорировании некоторой информации. Он не должен руководствоваться лишь мотивом истинности и тем самым зависеть от заданного. Он может предложить и ложную или возможно-ложную информацию, если учитывает ее функцию и сравнивает ее сенсационное значение с риском возможного разоблачения.

Именно в рамках массмедиа тем самым могут выявляться эффекты, воздействию которых подвергается система, порождающая — в силу оперативной замкнутости — дифференцию системы и внешнего мира и благодаря этому вынужденная внутренне

различать между инореференцией и самореференцией, конкретизируя это различение применительно к собственным меняющимся состояниям. Поэтому речь не может даже заходить о том, чтобы с помощью этой системы — всегда искажающей и нуждающейся в коррекции — познавать устройство мира, а затем делать это познание общедоступным, как бы ни взывало к этому самоописание системы. Вместо этого социолог-наблюдатель, подкованный в области теории систем, в описании укажет, что (и как?) система присовокупляет операцию к операции в самосконструированных горизонтах времени, что при этом она снова и снова обращается к собственному информационному состоянию, что дает ей возможность порождать новости, сюрпризы, а значит, информационные ценности. Все хорошо понимают, что при этом зарождается и подозрение в манипуляции. Именно в том случае, если мир не может отображаться таким, каков он есть, и регистрировать свои мгновенные изменения, напрашивается вывод, что вместо такого отображения твердые основания [для описания] нужно искать в интересах, манипулирующих системой по своему умыслу, — а значит, приписать состояниям и операциям системы какие-то внешние причины. Но для самой системы они остаются личными, бесплодными мнениями, которые, в свою очередь, могут быть приписаны интересам того, кто их выражает. Это подозрение может опираться на более или менее научно-обоснованные каузальные теории, которые в некоторых случаях могут обнародоваться, если этого требуют обстоятельства. Система может усвоить подобные критерии, — но исключительно в той форме, в которой все это можно сделать темой массмедийной коммуникации. Фундаменталь-

ной основой этого [тезиса о манипуляции, внешней каузальности] были и остаются оперативная замкнутость и обусловленный ею конструктивистский способ оперирования системы. Самый главный вопрос получает тем самым общественно-теоретический ракурс. Он должен звучать так: что представляет собой общество, которое именно так описывает себя и свой мир?

III. КОДИРОВАНИЕ

В первом вопросе, который возникает в связи с системно-теоретическим описанием массмедиа, следует попытаться прояснить, как вообще общество делает возможным и допускает обособление подобной системы. Ведь сама по себе каждая коммуникация может присоединяться к любой другой, причем для этого достаточно лишь одного условия — того, что может быть осуществлена их смысловая связь.[1] Поэтому нужно объяснить, каким образом *прерываются* подобные тематически близкие возможности присоединения, прерываясь именно таким образом, который допускает проведение границ и выстраивание внутри этих границ комплексности частной системы с помощью обособившегося вида коммуникации.

В отличие от староевропейского описания общества, скажем платоновского учения о политически упорядоченном обществе (полития, республика), обособление осуществляется не в форме *разделения* некоторого целого согласно сущностным различиям частей. В действительности обособления в общественной эволюции не происходят таким образом (как бы сверху), а основываются на весьма специфических эволюционных достижениях — скажем, на изобретении денег в виде монет[2] с последующим обособлением экономической системы; или на изобретении концентрации власти в политических должностях,[3] с последующим обособлением политической системы. Другими словами, необходима продуктивная дифференциация, которая затем, при благоприятных усло-

виях, приводит к эмерджентному возникновению систем, к которым общество может лишь приспосабливаться.

В основе обособления системы массмедиа могло лежать решающее достижение — изобретение технологий распространения [коммуникаций], которые не только экономили на интеракции среди присутствующих, но и эффективно исключали ее в пользу собственных массмедийных коммуникаций. Одна только письменность еще не создавала подобного эффекта, ибо первоначально она была задумана лишь как мнемоническая опора, предназначенная в первую очередь для устной коммуникации. Лишь книгопечатание настолько приумножило письменные тексты, что эффективно и *зримо* исключало устную интеракцию *всех* участников коммуникации.[4] В любом случае, адресаты проявляют себя количественно: цифрами сбыта, квотами включения, но они не способны осуществлять обратное воздействие. Мера их участия может быть отмечена и проинтерпретирована, но она не выражается в обратной коммуникации. Разумеется, возможность устной коммуникации сохраняется в виде реакции на напечатанное или переданное в эфире. *Однако от нее уже не зависит успех планомерной [массмедийной] коммуникации.* Так в сфере массмедиа возникает аутопойетическая, самовоспроизводящаяся система, более не зависящая от передачи в процессе интеракций между присутствующими. Лишь благодаря этому возникает оперативная замкнутость, вследствие которой система воспроизводит собственные операции из себя самой и больше не использует их для производства интерактивных контактов с внутри-общественным внешним миром,[5] а *вместо этого* ориентируется на

собственное системное различение самореференции и инореференции. Вопреки гигантскому потенциалу хранения информации система ориентирована на *быстрое* воспоминание и забывание.

С помощью системно-теоретического различения самореференции и инореференции еще ничего не сказано о том, как эта Самость саму себя определяет (das Selbst das Selbst bestimmt). Или, другими словами: как способность операций к присоединению [новых операций] распознается в системе, как производится и непрерывно воспроизводится эта дифференция системы и внешнего мира. В типическом случае функциональных систем, как и в случае с массмедиа, это осуществляется посредством бинарного кода, который, исключая третью возможность, фиксирует позитивное и негативное значения.[6] Позитивное значение характеризует наличествующую в системе способность операций соединяться друг с другом: то есть некоторое основание для продолжения. Негативное значение служит лишь для рефлексии условий, в которых может быть использовано позитивное значение.[7] Итак, код является двухсторонней формой, различением, внутренняя сторона которого предполагает наличие стороны внешней. Однако это отношение «внутреннее/внешнее» в форме кода не следует путать[8] с *дифференцией системы и внешнего мира.*[9] Также и *внутреннюю* границу кода, которая отделяет негативное значение от позитивного, не следует путать с *внешней* границей, которая дифференцирует систему по отношению к внешнему миру. Иными словами, кодовое различие занимает перпендикулярную позицию по отношению к различию самореференции и инореференции. Оно служит для самоопределения системы. Для этого оно исполь-

зует некоторое *различение,* то есть не принцип, не представление о цели, не утверждение о сущности, не итоговую формулу, а ведущую дифференцию, которая к тому же пока оставляет абсолютно открытым то, каким образом система обозначает свою собственную идентичность. Она оставляет это открытым еще и потому, что об этом могут высказываться различные мнения, причем эта «поликонтекстуальность» самоописания никак не препятствует системе в ее оперировании. Код, единство этого специфического различия, является достаточным условием для определения того, какие операции принадлежат системе и какие (кодированные иначе или вообще не кодированные) протекают в ее внешнем мире. Применительно к коду речь, следовательно, идет о различении, которое только и делает возможным самонаблюдение, основанное на различении системы и внешнего мира.

Код системы массмедиа — это различение между информацией и неинформацией. С информацией система может работать. Информация — это, следовательно, позитивное значение, предметное означение, при помощи которого система маркирует возможность своего собственного функционирования. Однако, чтобы иметь возможность рассмотрения чего-либо в качестве информативного или неинформативного, должна существовать и возможность принимать что-либо за неинформативное. Без такого рефлексивного значения система подвергалась бы влиянию со стороны всего, с чем она сталкивается. И это также означает, что она была бы не способна отличать себя от внешнего мира и не смогла бы организовать никакой редукции комплексности, никакой собственной селекции.

Информация о том, что нечто таковой не является, естественно, тоже информативна. Для рефлексивных значений кодирования типично, что система попадает в состояние бесконечного регресса (так и неправовой акт — в своем качестве неправового — должен рассматриваться в рамках правового порядка). Это делает ее операции зависимыми от условий, которые она не способна, но все же ухитряется распознать. Проблема бесконечного регресса возникает, однако, лишь в ходе поиска последних обоснований, но для этого у системы и без того нет времени. На практике бесконечный регресс останавливается при помощи другого различения — кодирования и программирования. В системе должен наличествовать (по возможности трансформируемый) набор правил, которые разрешают парадокс информативности неинформативного. Речь идет о программах, с помощью которых решается, может ли в системе нечто рассматриваться как информативное или нет.

Если бы горизонту возможных событий позволили раствориться в абсолютной неопределенности, то информации представали бы не неожиданными, а произвольными. Их нельзя было бы использовать, поскольку они не могли бы предложить ничего, чему можно было бы учиться, ибо они не могут переоформляться в избыточные коммуникативные содержания (Redundanzen),[10] ограничивающие то, что можно было ожидать в дальнейшем. Поэтому всякая информация зависит от категоризации, маркирующих пространство возможностей, в рамках которых предварительно структурируется область выбора того, что может протекать как коммуникация. Это лишь другая формулировка тезиса о том, что одного кода «информация/неинформация» недостаточно и

2-1070

что помимо него требуются программы, расчленяющие то, что ожидается в качестве возможной информации или не получает информационной значимости, на области селекции — например, на спорт или астрофизику, политику или современное искусство, несчастные случаи и катастрофы. Единству и инвариантности кода соответствует, затем, множество подобных программ или, другими словами, осуществляется двухступенчатый отбор: селекция области селекции и селекция конкретной информации, становящейся понятной лишь посредством подведения под некоторое «откуда» других возможностей.

Комплексная, циркулярная (in sich zurucklaufende) структура отнесений в кодировании[11] массмедиа и необходимость разрывать ее предварительным введением программных областей подводят к вопросу: как можно адаптировать понятие информации к тому, как она [фактически] используется. Информация, конечно же, обрабатывается повсюду, где участвуют сознание или коммуникация. Без информации не существует коммуникации, ибо, в конце концов, приходится говорить о том, что заслуживает сообщения.[12] Но именно такое универсальное присутствие информации во всех смысловых операциях делает возможным отказаться от представления, что информации — словно мелкие частицы — могли бы транспортироваться от системы к системе; от того, что они будто бы существуют независимо от пользователя. Если системы операционально замыкаются, замыкается в себе и процесс обработки информации (что, конечно же, ни в коем случае не означает, что система оказывается в состоянии «парения», свободного от каузальной зависимости). Таким требованиям соответствует понятие информации Грегори

Бэйтсона, согласно которому информация есть «некое различие, производящее различие в более позднем событии».[13]

Импликации, вытекающие из такого предложенного понятия [информации], требуют несколько более точного анализа. *Единство* понятия информации распадается на *два* различия, каузально сопряженных друг с другом. Это позволяет учесть то обстоятельство, что далеко не каждое различие производит различие.[14] Как восприятие, так и язык предоставляют избыток различений; и даже если ограничиться теми или иными актуализированными различиями, то есть тем, на что мы в данный момент смотрим и о чем говорим, — их все еще остается гораздо больше, чем может быть использовано для формирования различения среди предпосылок дальнейших операций. Восприятие фокусирует нечто определенное в некотором контексте, который также должен быть увиден. Для высказывания о чем-то определенном в предложениях используется много слов, а значит, много различений. Однако лишь то, что на короткий или долгий срок остается в памяти, «производит различие».

Эту селективную разработку информации можно адекватно понимать лишь как системное достижение, а значит — как внутрисистемный продукт. Единство информации является продуктом некоторой системы: в случае восприятия — психической, в условиях коммуникации — социальной. Итак, всегда нужно прояснять, какая система производит эти различия, или, говоря словами Джорджа Спенсера Брауна, какая система выполняет указание: draw a distinction,[15] порождающее всякую отличительность (Distinktheit)[16].

Если же исходить еще и из теории оперативно-замкнутых систем обработки информации, то очевидно, что производство информации и ее переработка должны протекать внутри одних и тех же границ системы, и *оба* различия, на которые указывает дефиниция Бэйтсона, должны быть *различениями одной и той же системы.* Поэтому не существует никакой трансляции информации от системы к системе. Системы, правда, могут порождать информацию, курсирующую среди ее подсистем. Следовательно, всегда нужно называть системную референцию, что и является предпосылкой для использования понятия информации. Ведь в противном случае остается неясно, что вообще подразумевается.[17]

Пожалуй, важнейшая особенность кода «информация/неинформация» состоит в его отношении ко времени. Информацию невозможно повторить; воплотившись в событиях, она превращается в неинформативные данные. Известие, распространяющееся повторно, хотя и сохраняет свой смысл, однако теряет свою информационную значимость.[18] Итак, если информация используется как значение кода, это означает, что операции системы неизменно и с необходимостью превращают информацию в неинформативные данные.[19] Пересечение границы — от одного значения к противоположному — происходит автоматически с помощью одного лишь аутопойезиса системы. Собственный output, то есть получившие известность факты, система непрерывно снова вводит в систему, причем на негативной стороне кода — в качестве неинформативных сведений. И это уже само по себе заставляет постоянно заботиться о новой информации.[20] Иначе говоря: система сама делает себя устаревшей. Отсюда можно было бы даже пред-

положить, что система в конечном счете использует код «старое/новое», как будто у нее нет других предметных оснований отказываться от распространения некоторой информации. Эта автоматика, конечно, не исключает возможности повторения. Ею, в первую очередь, пользуется реклама. Однако в данном случае должна использоваться рефлексивная форма информационной ценности неинформативных сведений, скажем, как индикатор важности и незабвенное™ (Erinnernswurdigkeit): одно и то же объявление повторяется многократно, чтобы таким образом информировать заметившего повторение читателя о ценности продукта.

Эта постоянная деактуализация и эта непрерывная утрата информации приобретают — благодаря эволюции массмедиа — дополнительный вес. Каждая коммуникация сама по себе порождает социальную избыточность коммуникаций. Если в сообщении передается информация, то задавать уточняющие вопросы можно не только сообщающему, но и всем остальным, получившим и понявшим информацию. Задавая вопрос отправителю сообщения, а затем — его адресату, мы не получаем никакой новой информации.[21] Это может не иметь большого социального значения в ограниченных рамках как бы приватной коммуникации или, во всяком случае, пока образуются слухи, которые настолько искажают информацию, что она снова и снова пробуждает интерес. Массмедиа же распространяют информацию настолько широко, что в следующее мгновение уже кажется, что она стала известна всем (или что ее незнание будет связано с потерей лица, и поэтому никто не сознается в том, что она ему не известна). Мы уже говорили об известности общеизвестности и теперь еще

раз обращаем внимание на необходимо фиктивную компоненту этого модуса переработки информации. Поэтому массмедиа воздействуют на формирование социально-избыточных коммуникаций в рамках всего общества, а значит — на непосредственно вытекающую из этого потребность в новой информации. Аналогично тому, как экономика, обособившаяся на основе денежных платежей, порождает непрерывно возникающую потребность возместить потраченные деньги, так и массмедиа производят потребность замещать избыточную информацию на информацию новую: fresh money and new information — вот центральные мотивы современной общественной динамики.

Итак, за всеми горячо обсуждаемыми особенностями современной структуры времени: доминированием [схематизма] «прошлое/будущее», унификацией мирового времени, ускорением, распространением синхронности на асинхронное, — наряду с денежным хозяйством, по всей видимости, стоят и средства массовой коммуникации. Они порождают время, которое сами себе и предпосылают, а общество к этому приспосабливается. Это красноречиво подтверждается прямо-таки невротической одержимостью инновациями в экономике, политике, науке и искусстве (хотя никто не знает, откуда проистекает новизна нового и насколько велик его запас). Бросается в глаза и то, что с самообозначением «современное» (modern) современное общество связывает оценку,[22] которая может принимать позитивное или негативное значение в зависимости от того, судят ли о (неизвестном) будущем оптимистически или пессимистически.[23] Необходимость такой принудительной самооценки, видимо, вызывается тем, что масс-

медиа каждый день привносят новую информацию и тем самым порождают — и удовлетворяют — потребность в общей оценке. Все более академичная рефлексия академического дискурса модерна[24] также использует книгопечатание, ведь иначе нельзя было бы достичь таких темпов и массовости публикаций даже на столь далеком от реальности уровне. И чтобы после этого суметь высказать что-то новое, говорят, наконец, даже о «постмодерне».[25]

Если эту озабоченность новым рассматривать как воспроизводящийся импульс, то есть — процессуально, становится ясно, что этот процесс состоит из *двух* рядов, которые он комбинирует, а затем обращается к ним как к единой последовательности.[26] Если что-либо, рассмотренное в течение времени, характеризуется как «новое», то что-то другое благодаря этому получает значение «старого», несмотря на то, что в момент своей актуальности оно также являлось новым. Различение «новое/старое», рассматриваемое как схема наблюдения, есть всего лишь определенная схема. Без противоположного понятия, без своей другой стороны форма не может функционировать. Однако затем преференция нового обесценивает то, что благодаря ей самой провозглашается старым. Это старое (для нас), досовременное общество поэтому имело все основания не доверять «любопытству» (curiositas) и отвергать эту само-девальвацию институтов. Мы, напротив, обращаемся за помощью к высокоселективной ревальвации определенных разновидностей старинного — олдтаймерам, классикам, антиквариату, в отношении которых мы можем снова производить новую информацию, цены, интерпретации. Значит, нам известны формы, при помощи которых можно обращаться с

парадоксом тождества нового и старого (neu = alt Paradox).

Следующим шагом теории может быть точное определение функции информационной компоненты в операциях систем сознания или коммуникации. Как следствие этого кодирования, ориентированного на информацию, в обществе возникает специфическое беспокойство и раздражимость, которые затем могут вновь улавливаться в каждодневной активности массмедиа и в их различных программных формах.[27] Если нужно постоянно ждать сюрпризов, то некоторым утешением может служить то, что завтра мы узнаем больше. Именно поэтому массмедиа служат для порождения и переработки раздражений.[28] Поэтому и понятие раздражения относится к теории оперативно-замкнутых систем и характеризует ту форму, с помощью которой система может порождать резонанс с событиями ее внешнего мира, хотя собственные операции могут циркулировать только внутри системы и не приспособлены к тому, чтобы выстраивать контакт с внешним миром (ведь это должно было бы означать, что они протекают частично внутри, а частично вне системы). Эта концепция раздражения объясняет двуслойность понятия информации. Одной из его компонент предоставляется возможность фиксировать различие, которое регистрируется благодаря его отклонению от уже известного. Вторая компонента характеризует следующее за этим изменение структур системы, то есть включение этого состояния системы в состав предпосылок ее дальнейших операций. Как уже говорилось, речь идет о различии, производящем различие.

Поэтому можно было бы сказать, что массмедиа поддерживают общество в состоянии бодрости. Они

порождают в нем постоянную готовность считаться с возможными неожиданностями и даже помехами.[29] Поэтому массмедиа «соответствуют» ускоренной динамике других функциональных систем: экономики, науки и политики, которые постоянно ставят общество перед новыми проблемами.

IV. СПЕЦИФИЧЕСКИЙ УНИВЕРСАЛИЗМ СИСТЕМЫ

Как и в других функциональных системах, специфический код [системы массмедиа] тоже является предпосылкой обособления особой функциональной системы общества. Под «обособлением» понимается эмерджентное развитие особенной подсистемы общества, которая реализует признаки системообразования и, прежде всего, аутопойетическое самовоспроизводство, самоорганизацию, структурную детерминацию и — благодаря всему этому — операционную замкнутость. В данном случае речь идет не только о феномене, который может отличить наблюдатель, ставящий перед собой такую задачу. Система отличает сама себя. Поэтому анализ системы массмедиа должен осуществляться на том же уровне, что и анализ экономической, правовой, политической и других систем общества и, несмотря на все различия, учитывать их сравнимость. Первым шагом в этом направлении становится выявление функционально-специфического кода, который лишь в данной системе используется как базовая дифференция.[1]

Одним из важнейших следствий такого обособления считается отношение дополнительности *универсализма* и *спецификации*."[1] На основании собственного обособления система способна предпосылать себе себя саму, свою собственную функцию, свою собственную практику — как ориентиры (Bezugspunkt) для спецификации своих собственных операций. Она осуществляет и может осуществлять лишь

то, что внутренне по структуре и историческому положению системы допускает присоединение [к системным операциям]. Но тем самым создаются предпосылки того, что система может заниматься всем, что может тематизироваться в ее собственных коммуникациях. Отсюда вытекает универсальная компетенция в реализации ее собственной функции. Не существует таких фактов, сущность которых препятствовала бы их освещению в средствах массовой коммуникации. (Это не противоречит возможным юридическим запретам или политическим соглашениям, ограничивающим или отсрочивающим публикацию определенных информации.) Массмедиа автономно контролируют свою собственную селективность. И тем важнее их собственная селективность. Тем дороже их внимание.

Обращаясь к исторической перспективе, можно предположить, что — уже ставший явным — массмедийный метод селекции одновременно делает явным и доступным для критики дистанционное управление со стороны политических, религиозных, а с недавнего времени и военных позиций. Подобная критика, однако, не может удовольствоваться требованием того, чтобы массмедиа представляли им место для выражения собственных пристрастий. Это превратило бы массмедиа в форум для специфически-политических, специфически-религиозных или идеологических дискуссий, что лишило бы их самостоятельной функции. Тенденциозная пресса может существовать лишь в том случае, если существует *не только она одна,* но и другие источники независимой информации. Впрочем, такая пресса обычно нуждается в субсидиях, то есть не поддерживается рыночной экономической системой. Поэтому более

эффективная форма критики выражается в желании иметь достоверную информацию. Во всяком случае, нельзя рассматривать как чистую случайность то, что ввиду явной селективности некоторый шанс получает и самоселективно специфицированная универсальность.

Это ожидание [тематической универсальности] может усиливаться, наконец, и благодаря все более заметной внутренней дифференциации различных программных областей. Не претендуя на систематическую дедукцию и обоснование исчерпывающей типологии, мы проводим чистое индуктивное различение между новостями и комментариями (глава пятая), рекламой (глава седьмая) и развлечениями (глава восьмая).[3] Каждое из этих описаний использует код информация/неинформация, хотя и реализует его по-разному. Эти реализации различаются по критериям, лежащим в основе отбора информации. Поэтому мы будем говорить о программных областях (а не о подсистемах). При этом не должны исключаться и пересечения, а в каждой из этих областей можно констатировать рекурсивное осетевление с тем, что [в рамках масс-медиа] считается моральными убеждениями и типическими предпочтениями публики. И все-таки, как мы надеемся показать, эти области различаются достаточно четко, чтобы обеспечить функционирование их дифференциации как важнейшей внутренней структуры системы.

V. НОВОСТИ И КОММЕНТАРИИ

Яснее всего программная область новостей и комментариев может быть понята как процесс выработки/переработки информации. В этой сфере массмедиа распространяют неведение (Ignoranz) в форме фактов, которые нужно постоянно обновлять с тем, чтобыэтого никто не заметил. Мы привыкли к ежедневным новостям, однако все-таки нельзя закрывать глаза на эволюционную невероятность такого усвоения [привычки]. Ведь именно в том случае, когда с новостями связывается представление о поразительном, новом, интересном, достойном сообщения, — более естественным было бы не сообщать об этом ежедневно в одном и том же формате, а напротив, дождаться свершения события, а затем его обнародовать. Так это и происходило в XVI столетии в форме подметных писем, баллад, разбойничьих историй, написанных по поводу казней etc.[1] Учреждение же предприятия, основанного на ожидании, что печатная информация будет поступать еженедельно, требовало мощного предпринимательского духа, оценки рынка, поначалу, конечно, весьма рискованной, и организации, обеспечивающей получение информации. Для современников, например, для Бена Джонсона,[2] серийное производство новостей являлось прямым *доказательством* наличия обмана. Возможно, затем посредническую роль сыграло отсутствие различий между новостями и развлечениями в рамках одного и того же носителя информации (Medium), а также то, что новости, истинные или ложные, пред-

лагались как минимум в занимательной форме. Кроме того, нужно было придумать адекватный стиль, который в относительно незнакомых контекстах производил бы впечатление, будто нечто уже случилось, но случилось только что, а следовательно, не могло быть представлено в нормальных временных формах ни прошлого, ни настоящего. Всеми средствами журналистской стилистики — специально созданной для этого — должно было пробуждаться впечатление, будто только что произошедшее все еще остается настоящим, все еще интересно и информативно. Для этого достаточно указать на континуальность, отправляющуюся от последней известной ситуации, выходящую за пределы настоящего и достигающей непосредственно-предстоящего будущего, что одновременно делает понятным, почему эта информация может вызывать интерес. События должны получить событийную драматизацию — и раствориться во времени. Во времени, которое, таким образом, начинает течь быстрее. На уровне всего общества наблюдение событий само является событием, причем происходящим почти одновременно с событиями наблюдаемыми.

Если задуматься об этой эволюционной трансформации невероятности в вероятность, можно без труда увидеть, что как раз в этом секторе, который позднее превратится в массмедиа, возникла профессия, ныне известная нам под названием журналистики. Лишь здесь просматриваются такие типичные тенденции профессионализма, как специальное образование, собственное, общественно-признанное обозначение профессии и самопровозглашенные критерии качественной работы.[3] В случае информации, предлагаемой в рамках новостей и комментариев,

предполагается, что она соответствует действительности, что она — правдива. Это может приводить к ошибкам, а иногда — и к намеренным фальсификациям, которые зачастую позже все-таки выявляются. Потерпевшие имеют право потребовать опровержения (Korrektur). Репутация журналистов, газет, редакторов etc. зависит от хорошо или хотя бы достаточным образом проведенного поиска [информации]. Поэтому фальсификации чаще подбрасывают извне. Защита часто обеспечивается указанием источника; в других случаях для объяснения ошибок прибегают к экстернализации. Разумеется, всегда надо считаться и с процентом ошибок. Важно то, что они не возводятся в ранг более или менее типичного, нормального случая. Они остаются единичными событиями; ведь в противном случае была бы разрушена специфика этой программной области новостей и комментариев. Эта профессия служит обществу (включающему и сами массмедиа) правдой. Для неправды требуются особые интересы, не допускающие генерализации.

Но истинное интересует массмедиа лишь в очень ограниченных пределах, которые серьезно отличаются от ограничительных условий научного исследования. Проблема поэтому состоит не в истине, а в неизбежной, но вместе с тем желанной и управляемой селективности. В такой же незначительной степени, в какой географические карты, по своему объему и детализации, соответствуют территории; в той же незначительной степени, в какой Тристрам Шенди мог рассказать всю прожитую им жизнь, — настолько же невероятно и взаимнооднозначное соответствие между информацией и ситуацией, между оперативной и репрезентируемой реальностью. От-

ношение системы к ее внешнему миру, однако, не является простым отношением односторонней редукции сложности. Напротив, посредством обособления, прерывания внешней детерминации и операционального замыкания создается внутренняя избыточность коммуникационных возможностей, то есть высокая степень свободы, вследствие чего система *должна — и способна! -— накладывать на себя самоограничения.* Различению инореференции и самореференции соответствует различение внутренней и внешней комплексности. Смысл этого удвоения состоит в порождении автономии по отношению к внешнему миру, такому, каков он есть; и в том, чтобы этому миру, полагаемому в качестве детерминированного, противопоставить свою свободу селекции: то есть ввести в предопределенный, хотя и неизвестный[4] мир область самодетерминации, которая затем может рассматриваться в самой системе как сфера, детерминированная ее структурой.

Из эмпирических исследований известны важные критерии селекции информации, необходимые для ее распространения в виде новостей или комментариев.[5] Сама информация может выступать лишь в виде (пусть даже незначительной) неожиданности. Кроме того, она должна распознаваться в качестве компоненты коммуникации. Видимо, именно принцип селекции обуславливает то, что эти требования *усиливаются* в целях массмедиа, а значит, определяет необходимость более тщательного учета понятности информации для возможно более широкого круга ее адресатов. Под «селекцией» здесь, впрочем, не следует подразумевать свободу выбора. Это понятие относится к функциональной системе массмедиа, а не к отдельным организациям (редакциям), свобо-

да которых в принятии решений в отборе публикуемых ими известий гораздо меньше, чем это зачастую предполагают критики.

Теперь, остановившись на новостях (в их отличии от комментариев), мы обнаруживаем следующие типичные факторы отбора:[6]

(1) Неожиданность усиливается благодаря явному разрыву континуальности. Информация должна быть *новой.* Она должна порывать с существующими ожиданиями или детерминировать оставляемое открытым пространство ограниченных возможностей (пример: спортивные события). Повторения сообщений нежелательны.[7] Под новостью подразумевают, прежде всего, единичные события. Однако понимание новостей требует знакомых контекстов. Их могут обеспечивать типы (землетрясения, катастрофы, встречи на высшем уровне, банкротства), а также растянутые во времени истории, скажем, аферы или реформы, по поводу которых каждый день можно сообщить что-нибудь новенькое, пока они не завершаются каким-нибудь решением. Существует и серийное производство новостей, скажем на бирже или в спорте, где каждый день случается что-то новое. Неожиданности и стандартизация взаимно усиливают друг друга ради порождения информационно-значимого, которое в противном случае не производилось бы или же производилось бы в форме, не допускающей широкого распространения.

(2) Предпочтение отдается *конфликтам.* В качестве темы они обладают преимуществом, поскольку намекают на самопроизведенную неопределенность. Они отсрочивают спасительную информацию о победителях и проигравших, указывая на будущее. Это

порождает напряжение и, с позиции понимания коммуникации, — попытки предугадать исход.

(3) Особенно эффективными возбудителями внимания являются *количественные показатели.* Квантитативность всегда информативна, ибо всякое определенное количество не может быть никаким другим, кроме названного, — ни большим, ни меньшим. Это не зависит от того, понятен предметный контекст или нет (то есть знают или не знают, что такое валовой национальный продукт или кто занимает вторую строчку в турнирной таблице). Значимость информации может усиливаться в рамках медиума квантитативности, если добавляют цифры для сравнения — неважно, временные (например, инфляционные показатели прошлого года) или предметные (например, территориальные). Благодаря квалификациям могут, следовательно, возникать бессодержательные ага-эффекты и в то же время может порождаться больше информации для тех, кто в этом разбирается. Кроме того, больший информационный вес имеют более крупные цифры, в особенности в рамках событий, компактно-локализованных во времени и пространстве (много погибших во время всего *одной* катастрофы, гигантские убытки в результате всего *одного* мошенничества).

Квантификации, впрочем, не столь невинны, как это могло бы показаться. В них также, если рассматривать их в течение некоторого времени, возникает (с. 39) вышеописанный эффект двойного ряда. Если что-то возрастает, оно же одновременно и уменьшается. Что имело место прежде, уменьшается в сравнении с тем, что осуществляется ныне. Возвращение к старым количественным показателям, когда-то всех удовлетворявшим, выглядит регрессом. Обще-

ство, ориентированное на рост, ощущает постоянную угрозу самому себе в своем собственном прошлом. В рядах обратного направления, или в негативных оценках, события, конечно же, могут принять и другой оборот: уменьшающиеся объемы экспорта, растущая безработица — характерные примеры.

(4) *Локальная направленность,* в свою очередь, придает информации значимость, предположительно, в силу того, что мы представляемся себе столь хорошо информированными о месте собственного пребывания, что ценится любая дополнительная информация.[8] «The Daily Progress» издается прежде всего в Шарлоттесвилле, штат Вирджиния. Сообщение о том, что собака укусила почтальона, не выходит за пределы ближайших окрестностей. Для преодоления локальности почтальона должна была бы растерзать уже стая псов, но даже и такое сообщение не достигло бы Берлина, случись это в Бомбее. Итак, удаление должно компенсироваться значимостью информации или ее странностью, эзотеричностью, которые одновременно информируют и о том, что здесь, у нас, вряд ли бы случилось нечто подобное.

(5) Нарушения *норм* также заслуживают особого внимания. Это касается правонарушений, но прежде всего — нарушения моральных норм, а в последнее время относится и к нарушениям норм политкорректное™ («political correctness»).[9] В изображении массмедиа нарушения норм часто принимают вид *скандалов.* Это усиливает резонанс, оживляет сцену и — в случае прегрешений против норм — исключает возможное выражение понимания и извинения. Один скандал может порождать дальнейший скандал, вызванный мнениями по поводу первого.

Благодаря сообщениям о нормативных прегрешениях и скандалах массмедиа могут порождать чувство общей растерянности и возмущения, более сильное в сравнении с другими способами. Это [чувство] не вычитывается в тексте самой нормы, лишь прегрешение против нормы собственно ее и порождает, а прежде она лишь «действовала» в массе других действующих норм. Предпосылки этого [чувства растерянности и возмущения] состоят в том, что никому не известны масштабы этого вида девиантного поведения и никто не знает того, как повели бы себя в соответствующих случаях другие. Но если нарушения (соответственно, отобранные нарушения) освещаются в виде единичных случаев, это, с одной стороны, усиливает возмущение и, значит, косвенным образом, и саму норму, а с другой стороны, укрепляет так называемое «плюралистическое неведение» («pluralistic ignorance»), то есть незнание нормального характера девиантности.[10] И это [усиление нормы] осуществляется не в рискованных формах проповеди или доктринерства, которые ныне скорее формировали бы установки на десоциализацию, а всего лишь в невинной форме корреспондентского сообщения, которое каждому предоставляет возможность свободно заключить: так — нельзя!

Актуальный пример на эту тему: многие социологические исследования в области криминальной тематики показывают, что правонарушения, вплоть до серьезных преступлений, в юном возрасте являются не исключением, а правилом.[11] Это исходное утверждение повлекло за собой требование декриминализации и использования педагогических методов превентивного воздействия. Поскольку, однако, по мере взросления молодежи массовые правонарушения и

так сходят на нет, трудно судить об эффективности превентивных мер: по этому поводу мнения расходятся. Ограничим наш пример еще больше: это само по себе наличное знание [о нормальности девиантного] практически полностью отметается в контексте скандальной, направленной против беженцев и других иностранцев преступности. Но в связи с такой «тематической трансформацией» точки зрения на молодежную преступность и ее политическое значение ее уже нельзя вернуть в разряд нормальных. Эта проблема доминирует в сообщениях корреспондентов, хотя она не учитывается при освещении нормальных преступлений — хулиганства, сексуальных преступлений и краж. Это, в свою очередь, порождает действенное политическое давление, которое теперь уже не позволяет рассматривать эти преступления в старом русле сообщений о нормальных событиях.

Наряду с сообщениями о нарушениях норм выявляется и предпочтительность чего-то чрезвычайного (вида: аллигатор в пруду), которое сравнивается с типичными, ожидаемыми состояниями и, скорее, может уже причисляться к сектору развлечений. Эффект постоянного повторения информации о прегрешениях против норм может основываться на переоценке моральной коррумпированности современного общества, особенно если с особой любовью сообщается о поведении «задающих тон» знаменитостей. В остальных отклонениях от норм вряд ли можно было бы предположить наличие таких эффектов. (Никто не побежит к своему бассейну, чтобы посмотреть, не прячется ли там аллигатор.) Но это лишь подтверждает то, что нормы более восприимчивы к отклонениям от них, нежели факты, относительно

которых ожидания регулируются различением «вероятное/невероятное».

(6) Нарушения норм отбираются для их освещения главным образом в тех случаях, когда к ним добавляются моральные оценки, когда, следовательно, они могут дать повод для уважения или неуважения к [задействованным] персонам. Потому массмедиа осуществляют важную функцию по сохранению и воспроизводству морали. Это, правда, не следует понимать так, как будто бы они способны устанавливать этические принципы или хотя бы повышать моральный уровень общества, указывая ему на примеры хороших действий. В современном обществе на это не способна ни одна инстанция — ни папа и ни церковный собор, ни бундестаг и ни «Шпигель». Лишь на примере пойманных злодеев можно продемонстрировать необходимость подобных критериев. Воспроизводится лишь моральный код, а значит — различие между хорошими и плохими (иначе — злыми) действиями. За установление таких критериев в конечном счете отвечает система права. Массмедиа же осуществляют лишь постоянное самораздражение общества, воспроизводство моральной чувствительности — как на индивидуальном, так и на коммуникативном уровне. Но это приводит своеобразному «размыванию основ» («disembedding») морали, к морализаторским рассуждениям, которые не подкрепляются никакими подконтрольными обязательствами.[12] Представление о морали и его текущее обновление формируются на основе достаточно сенсационных случаев — когда показывают негодяев, жертв и героев, добровольно совершающих подвиги. Адресат в типичном случае не причисляет себя ни к одной из этих групп. Он остается наблюдателем.

(7) Чтобы сделать нормативные нарушения более примечательными, но вместе с тем облегчить читателю/зрителю формирование собственного мнения, массмедиа предпочитают ссылаться на действия, а значит, и на самих действующих лиц. Сложные обстоятельства, побуждавшие, а то и вынуждавшие действующее лицо совершить то, что он совершил, не могут получить полное освещение. Если они и тематизируются, то лишь для того, чтобы спекулировать на его заслугах или виновности. Если узнают о каком-то решении ведущего политика, его авторство еще долго остается неизвестным, может быть, за исключением леди Тэтчер.

Выступая против заблуждения, широко распространенного именно в эмпирической социологии, следует подчеркнуть, что ни действия, ни действующие лица не даны нам в виде эмпирических фактов.[13] Ведь границы (а значит, и единство) действия или действующего лица нельзя ни увидеть, ни услышать. Всякий раз речь идет об институционально и культурно обусловленных конструктах.[14] В некотором приближении к Максу Веберу, можно было бы также сказать, что лишь типизирующее понимание конституирует действия. Это одновременно делает понятной и функцию массмедиа, содействующих культурной институциализации действия: возникает взаимное копирование образцов поведения между массмедиа и тем, что предстает в виде действительности повседневного опыта, что ведет к сглаживанию и воспроизводству непривычных действий.

Аналогичным образом воспроизводится и интерес к *личностям* — причем в формах, не зависящих от того, имеется ли доступ к биохимическим, нейрофи-

зиологическим или психическим процессам в соответствующих индивидах.[15] Очевидно, именно во времена, в которых будущее переживается как зависимое от действий и решений, ориентация на личности возрастает. Личности служат такому обществу как *осязаемые* символы *неизвестного* будущего. С одной стороны, они стали или могли бы стать известными благодаря телевидению с их лицами, телами и манерами движений, а с другой стороны, мы знаем, что несмотря на это, нам неизвестно то, как они будут действовать. И ведь именно на этом основывается надежда, что при определенных обстоятельствах на их действия можно влиять. Если к этому добавить, что никто, особенно в сфере политики, не доверяет индивидуальным самопредставлениям и заявлениям о намерениях, их функция все равно остается той же: привлекать в поле зрения неизвестность будущего. И все это — в мире нашего опыта, мире, который, в общем и целом, был и остается таким, каков он есть.

Учитывая действия личностей, система массмедиа создает себе важные амбивалентности в тесной связи с повседневной коммуникацией. Правда, многозначности обнаруживаются во всякой коммуникации. Однако это не исключает возможности исследовать, как и где они локализуются, чтобы соответствовать особенным функциям.[16] Тематизация действий и лиц берет на себя специальную функцию завуалирования системных границ и тем самым различий операционных модусов различных систем. Понятия действия и лица не могут быть ограничены ни социальными процессами, ни процессами, связанными с сознанием, они не сводятся ни к биохимическим, ни к нейрофизиологическим процессам. Они, напро-

тив, предполагают, что все эти процессы вносят свой вклад в осуществление действия и существование личности, хотя на основе этих понятий невозможно было бы выявить, как возникает их взаимодействие. Очевидно, что эта нечеткость ускоряет коммуникацию. Но одновременно она управляет и тем, что может присоединяться (или не присоединяться) в качестве следующей коммуникации.

(8) Требование *актуальности* ведет к тому, что сообщения концентрируются вокруг отдельных событий — происшествий, несчастных случаев, сбоев, / озарений. Сообщается о событиях, которые уже npotj изошли к моменту сообщения. Требование *рекурсивности* ведет к тому, что события учитываются и в более поздних сообщениях: либо в них вкладывают типическое значение, либо их вплетают в нарративный контекст, который может получить продолжение в ходе дальнейших рассказов. Иногда сообщаемые происшествия дают повод сообщить об аналогичных событиях, а затем — и о «сериях» такого рода происшествий. Кепплингер и Хартунг называют их «ключевыми событиями».[17] Очевидно, что события лишь при особых обстоятельствах располагают к поиску рекурсий и выстраиванию серий. Такой ревальвации [прежних событий] могут способствовать дополнительные сообщения о величине ущерба, о катастрофах, которые все же удалось избежать, о том, что пострадали непричастные лица (по возможности — о каждом из них), а также сообщений, подозревающих ответственных лиц в сокрытии правды. Эти условия не остаются неизменными, но варьируются в зависимости от предполагаемых интересов общественности. Массмедиа всегда придают особые оттенки тому, что они сообщают, и тому, как они

это делают, таким образом, решая, что должно получить лишь ситуативную значимость, уйти в забвение или остаться в памяти. Для осуществления рекурсий используются — или производятся заново — схемы, степень воздействия которых в средствах массовой коммуникации не зависит или почти не зависит от их подтверждаемости конкретными обстоятельствами отдельных случаев.

(9) Наконец, — как особый случай — надо упомянуть, что и *выражения мнений* могут распространяться под видом новостей.[18] Значительная часть материала для прессы, радио и телевидения получает информационную значимость лишь потому, что массмедиа отображаются в себе самих и это отображение, в свою очередь, рассматривают как событие. Отчасти у людей спрашивают их мнение, отчасти — они сами навязываются с этими мнениями. Однако в любом случае речь идет о событиях,, которые *бы* и не состоялись, если бы не было массмедиа. Мир словно наполняется дополнительными шумами: инициативами, комментариями, критикой. Еще до принятия решений выясняют мнения знаменитостей, — их требования и ожидания, а после принятия решений интересуются их мнением. Тем самым то, что и так происходит, акцентируется дополнительно. Комментарии, в свою очередь, дают повод для критики, а критика — служит поводом для комментариев. Так массмедиа могут усиливать свою собственную восприимчивость и приспосабливаться к изменениям в произведенном ими самими общественном мнении. Хорошим примером этого явилось произошедшее в США изменение восприятия смысла вьетнамской войны, которое еще и сегодня (возможно, в силу того, что это было именно *изменением* восприя-

тия) вспоминают при всех военных акциях, проводимых Соединенными Штатами.

Соответственно, здесь тоже должны удваиваться критерии селекции. Предмет изложения должен быть сам по себе достаточно интересным. И выражение мнения должно происходить из источника, позиция которого или представляющее его лицо имели бы примечательную репутацию. Письма читателей тоже предварительно отбираются для печати — отчасти с учетом имени и статуса отправителя или его организации, но также и так, чтобы эта селекция не была заметна, а колонка «письма читателей» могла считаться выражением мнений из народа. Таким образом, этот род сообщений о мнениях выполняет двоякую функцию: с одной стороны, они подчеркивают то, что является предметом мнения. Благодаря мнению известие остается темой повестки дня (auf dem Agendum). Повторное обращение к мнениям источника подкрепляет его репутацию. Так реальные события и события-мнения постоянно перемешиваются и образуют для публики вязко-текучую массу, в которой еще можно различить темы, но уже невозможно выявить источник происхождения информации.[19]

(10) Все эти факторы отбора (селекторы) усиливаются и дополняются другими благодаря тому, что именно организации озабочены селекцией и разрабатывают для этого собственные рутинные процедуры.[20] Эта работа состоит в рубрикации и шаблонизации информации, которая по большей части уже была предварительно рассортирована в системе массмедиа. При последнем отборе решающую роль играют уже время и наличие пространства (свободные минуты эфира, свободные колонки). Значимые

для этого критерии закрепляются, исходя из перспективы их повторной применимости, а это значит, что сами они не являются ни новыми, ни захватывающими, ни морально артикулированными, ни конфронтационными. Все эти точки зрения исчезают на уровне организационного программирования, ибо они чрезмерно обременили бы работу. Сами организационные программы являют собой прямую противоположность тому, что они «рекомендуют» в качестве «ценности сообщения». Организация выполняет свою общественную функцию именно благодаря тому, что функционирует по-другому.

Если эти селекторы рассматривать в качестве форм, привносящих и сохраняющих в памяти и свою другую сторону, то выявляются примечательные разрывы [континуальности]. Дисконтинуальности ничего не говорят нам о будущем; действия, решения, лица, локальные интересы не исключают помех извне. Количественные оценки практически ничего не говорят нам о возможностях развития — какие бы иллюзии на этот счет ни питала распределяющая деньги политическая сфера. Новости порождают и воспроизводят неопределенность будущего — вопреки всякой континуализации мира, известного через повседневное восприятие.

Эта усиливающая сама себя сеть селекторов занимается прежде всего производством ежедневных новостей. От них следует отличать — независимые от событий дня — комментарии. Они информируют о контекстах некоторых новостей. Их новостная ценность не основывается на времени, равномерно текущем для всех, а вытекает из гипотетического уровня информированности публики или той ее части, к которой они обращены; это репортажи об особен-

ностях тех или иных болезней, о дальних странах, о научном развитии, об экологических или климатических отношениях etc. Но и здесь речь идет об информации с притязаниями на истинность, об изложении фактов, соответствующих действительности. Гигантские объемы «научно-популярных книг» имеют своей главной целью компенсирование временной, преходящей природы новостей. Речь здесь не идет о развлечении, к специфике которого мы еще вернемся.

Вот уже добрый десяток лет можно наблюдать размывание различия между новостями и репортажами. Оно проявляется в том, что опубликованные известия сохраняются на электронных носителях и могут быть использованы вновь. И это происходит, между прочим, в гигантских объемах, так что в случае необходимости бывшие известия могут трансформироваться в репортажи. Так система снова производит информации из информации, порождая контексты сообщений, в которых давно отложенные, забытые новости вновь обретают информационную ценность. Социологу было бы интересно знать, для чего используется эта двойная переработка и по каким поводам она приводится в действие. Очевидно, что здесь в первую очередь можно предположить дискредитационные намерения: нанесение ущерба лицам через повторное обнародование их истории, а также, например, и демонстрация инертности политического аппарата, долго не реагирующего на давно известное. Если бы это предположение нашло подтверждение, оно потребовало бы поставить вопрос о мотивах этой реактуализации истин — истин, которые вследствие своей давности едва ли уже могут быть проверены.

Хотя значение истинности или, по крайней мере, ожидание истинности новостей и комментариев являются обязательными, массмедиа руководствуются не кодом истинное/ложное, но — даже в их когнитивных программных областях — подчиняются коду информация/неинформация. Это видно из того, что неистинность не используется в качестве рефлексивного значения. Для новостей и комментариев (по крайней мере, в ходе поисков материала — опускаемых в сообщениях) исключение неистинного не является существенным. В отличие от научной, массмедийная информация не подвергается такой рефлексии, при которой истинным образом должно констатироваться, что неистинное может быть исключено еще до того, как утверждается истина. Проблема сообщений лежит, следовательно, не здесь,[21] а в их отборе, и это имеет далеко идущие последствия для того, что можно было бы обозначить как кондиционирование (Klimatisierung) медийной коммуникации.

Хотя мы и различаем разнообразные факторы селекции в разделе новостей и репортажей, все еще не устранена опасность слишком упрощенного описания массмедийных конструкций реальности. Конечно, проблема заключена в отборе, однако сам этот отбор являет собой комплексный процесс, вне зависимости от того, каким критериям он следует. Всякая селекция выводит за рамки контекста и конденсирует определенные идентичности, которые — сами по себе — не содержат абсолютно ничего «идентичного» (= субстанциального), а должны идентифицироваться лишь в референциальной связи их частого использования, их рекурсивного употребления — *и только для этого.* Другими слова-

ми: идентичность может быть приписана лишь тогда, когда возвращаются к чему-либо. Но вместе с тем это означает подтверждение и генерализацию. Идентифицированное переводится в схему или ассоциируется с некоторой известной схемой. Нечто получает обозначение и благодаря этому подтверждается, — причем таким образом, чтобы в других обращениях к нему и в других ситуациях оно могло сохранять тот же самый смысл. Основу всякой селекции — и это значимо как для повседневной коммуникации, так и для выделенных коммуникаций в массмедиа — составляет, следовательно, *связь конденсации, подтверждения, генерализации и схематизации,* — связь, которую в таком виде невозможно обнаружить во внешнем мире, о котором идет речь в коммуникации. Именно это стоит за тезисом, что только коммуникация (или, точнее, система массмедиа) придает фактам их значение. Смысловые конденсаты, темы, объекты, если формулировать это при помощи другого понятия, возникают как «собственные значения» системы массмедийных коммуникаций.[22] Они порождаются в рекурсивной связи операций системы и не зависят от того, подтверждает ли их внешний мир.

Благодаря этому своеобразию формирования^ идентичности образуется некая *форма,* внутренняя сторона которой характеризуется многократной применимостью, а внешняя — выпадает из поля зрения. Однако селекция всегда порождает и эту другую сторону представляемых продуктов, а именно — неселекцию или «неразмеченное пространство» остального мира. Маркировка выделяет то, что по каким-то причинам является проблематичным и поэтому — интересным. Но в то же время она отчетливо показы-

вает, что существует еще и нечто иное. Понимание коммуникации здесь — впрочем, как и везде — требует различения информации и сообщения. Поэтому истинность (доказуемость, неопровержимость) информации полностью отвечает такому наблюдению сообщения, в котором последнее предстает как контингентное, как вполне заменимое, как продукт решения и как обусловленное мотивами.

С Идентичности, непрерывно обновляемые указанным способом, наполняют *социальную* память. Причем память не следует понимать как хранилище для прошлых состояний или событий. Массмедиа, как и другие когнитивные системы, не в состоянии нести такое бремя. Напротив, речь идет о постоянной дискриминации забвения и воспоминания. Освобождающиеся коммуникативные мощности снова и снова вбирают в себя смысловые единицы, необходимые для повторного использования.[23] Память конструирует повторения (а значит — избыточность), всегда открытые для актуального, восприимчивые к беспрестанно обновляемым раздражениям. Это, как свидетельствуют нейропсихологические исследования мозга, абсолютно совместимо с оперативной замкнутостью системы и даже обусловливается ею. Ведь такие самопроверки на повторную распознаваемость (Wiedererkennbarkeit) вообще не имели бы места, если бы сам внешний мир в неотфильтрованном виде действовал бы в системе. Посредством собственной мощности системы память возмещает и даже с лихвой компенсирует отсутствующий операционный контакт с внешним миром и одновременно делает возможной текущую диспозицию по отношению к текущим обстоятельствам. Благодаря маркированию повторно воспроизводимого предот-

вращается забвение (функционирующее почти безупречно), наступления которого можно было бы естественным образом (an sich) ожидать при переходе от одной операции к другой. Вместе с тем активированное по поводам повторное насыщение [смыслом] связывается с процессами обучения. То, что вспоминается, не требует навешивания временного индекса «прошедшее», и мы еще увидим, как важно это для рекламных повторений. Содержание воспоминаний может представать как «новое», если его привлекать лишь для текущей проверки коммуникации (как в нейронной и психической памяти) на непротиворечивость. Ведь без памяти ничто не могло бы выглядеть как «новое» (= отклоняющееся), а без опыта переживаний девиантных событий не могла бы сформироваться память.

Поскольку для передачи в сообщении выделяется и отбирается именно невероятная информация, постольку на передний план выходит вопрос об основаниях селекции. Благодаря кодированию, специализированному на селекции информации, и программированию системы почти само собой зарождается подозрение, что здесь задействованы некие мотивы. Эта проблема актуальна со времени изобретения книгопечатания. Ни сам мир и ни мудрость мудрых, ни природа знаков и ни сочинительские усилия не объясняют появление знаков. В ответ на подобное усиление контингентности всех предметных отношений на заре Нового времени начались эксперименты с двумя различными ответами. Один касается понимания и гласит, что лишь новое, удивительное, артефактное может доставлять удовольствие, ибо все иное уже существует так, как оно существует. Это — ответ теории искусства.[24] Другой ответ ка-

сается другой стороны коммуникации, то есть сообщения, и именно здесь ожидает интереса [публики]. Это — ответ теории политики (политика здесь понимается в старом смысле — просто как публичное поведение). Она ведет к различению цели и мотива, провозглашаемых и латентных оснований коммуникации. Балтазар Грасиан сводит оба этих ответа воедино в рамках общей теории общественной коммуникации. Коммуникация есть порождение прекрасной видимости, за которой индивид прячется от других, а тем самым в конечном счете — и от себя самого.[25]

Оба эти ответа, взаимно разгружающие друг друга, можно обнаружить и сегодня — по крайней мере, в системе массмедиа. С одной стороны, невероятность получила институциализацию. Она присутствует в ожиданиях; она важна как повод для привлечения внимания. С другой стороны, возникают подозрения в том, что кто-то действует на заднем плане, формирует политику в самом широком смысле слова; в том, что массмедиа «манипулируют» общественным мнением; преследуют — не выраженные в коммуникативной форме — интересы и формируют «пристрастия» («bias»). Вполне возможно, все, о чем они пишут и вещают, соответствует истине, но это не отвечает на вопрос: зачем? Для них речь может идти об успешном развитии общества или о воздействии на идеологический выбор, о поддержке политических тенденций, о сохранении общественного status quo (а это как раз и осуществляется посредством почти наркотического отвлечения внимания на всегда новые новости) или лишь об их собственном экономическом успехе. Кажется, что массмедиа пестуют и одновременно подрывают веру в их собственную достоверность. Они «деконструируют» сами себя, ведь

своими собственными операциями они воспроизводят неустранимое противоречие между своими констативными и перформативными текстовыми компонентами.

Все это относится и к телевидению. И все же телевидение при сообщении новостей вынуждено претерпевать существенное ограничение, привносящее дополнительную достоверность (wirkt sich als Glaubwurdigkeitsbonus aus): при съемке событий телевидение привязано к *реальному времени* их протекания. То, что происходит (к примеру, футбольный матч, смерч, демонстрация), не может быть снято ни до, ни после самого события, а лишь — в одно с ним время. И здесь существуют многочисленные возможности операций по изменению облика: съемка несколькими камерами и монтаж, выбор перспективы и сектора изображения, и конечно же — селекция отобранных для передачи сюжетов и времени их трансляции. Дигитализация должна была увеличить возможности манипуляции. И все-таки остается эта особая очевидность, восходящая к реально-временной одновременности съемки [и события] (но, конечно, не вещания и приема) и отличающаяся в этом от письменной фиксации текстов. На манипуляции совокупным базовым материалом у телевидения буквально «нет времени».

В обоих случаях, в языковом и образном порождении реальности, последняя подвергается тестированию в конечном счете благодаря сопротивлению одних операций другим одной и той же системы, — а не благодаря репрезентации мира, каков он есть. Но поскольку язык все больше вынужден отказываться от того, чтобы удостоверять реальность, ибо для всего сказанного можно найти противоположное вы-

оказывание, то воспроизводство реальности смещается в область подвижных, оптически/акустически синхронизированных изображений.[26] Здесь, правда, нужно уметь распознавать replay и не смешивать момент вещания с моментом реальных событий; однако темп и оптически/акустическая гармония потока образов ускользают от точечного действия противоречия и пробуждают впечатление уже протестированного порядка. В любом случае, не существует противоречия между одним и другим изображением в том же самом смысле, в каком слово противоречит слову.

Эти — всегда ограниченные — возможности манипуляции и иногда преувеличенное, иногда поверхностное подозрение в манипуляции важно понимать именно как внутрисистемную проблематику, а не как эффекты, порождаемые системой массмедиа в ее внешнем мире. По нашим теоретическим стандартам понимание того, какова доля участия читателей или зрителей, протекает *в системе,* ибо лишь в рамках системы может возникнуть повод для дальнейшей коммуникации. Само собой разумеется, это воздействие на внешний мир может быть многообразным и непредсказуемым. Более важным является вопрос о том, как сама система массмедиа реагирует на постоянно воспроизводящуюся апорию беспомощно-сомневающегося характера информации (des hilflos-zweifelnden Informiertseins).

В подозрении о манипуляции восстанавливается единство кодовых значений информации и неинформации. Снимается их разделение — однако [сам] способ этого разделения не может стать информацией — или, во всяком случае, не в качестве новости. В возвращении (feedback) единства кодированной си-

стемы в саму систему последняя достигает, в лучшем случае, свои отдельные операции, но не себя саму. Она вынуждена примириться с подозрением в манипулировании, ибо так раскрывает она собственную парадоксальность — единство различения информации и неинформации — и возвращает ее в систему. Ни одна аутопойетическая система не может снять саму себя. И это также подтверждает, что мы имеем дело с проблемой системных кодов. На подозрение в неистинности система могла бы реагировать своими повседневными способами операций, а на подозрение в манипуляции — нет.

VI. СЛУЧАЙ РИКУПЕРО

Если реальность в столь значительной и успешной степени конструируется селективно, то нужно учитывать и возможные провалы. Подозрение в манипуляциях, непременно сопутствующее таким конструкциям, до тех пор сохраняет неопределенность, пока не вскрываются убедительные свидетельства, всегда предоставляемые самой системой массмедиа. Хорошую возможность для изучения такого коллапса представляет недавно состоявшееся интервью бразильского министра финансов Рубенса Рикуперо, ненамеренно выпущенное в эфир 2 сентября 1994 года.

На 3 октября этого года были назначены выборы. 1 июля бразильское правительство ввело новую, «твердую» валюту и предприняло радикальные меры для обуздания инфляции. При этом конечно же отрицалось, что эти мероприятия были как-то связаны выборами и должны были увеличить шансы кандидата Фернандо Энрике Кардозо (PSDB = Partito Social Democratico Brasileiro[1]), которому симпатизировали деловые круги. Правда, широко распространилась неуверенность в том, будет ли выдерживаться этот «Plano Real» и после проведения выборов; однако правительство настаивало на чисто экономическом обосновании.

Нечто противоположное выплыло на свет в беседе министра финансов с одним из журналистов Rete Globo (его кузеном). Этот разговор был уловлен с помощью параболических антенн (возмож-

но, нужно было сказать диаболических[2]) и без ведома его участников передавался в прямой эфир до тех пор, пока один возмущенный телезритель не прервал его своим телефонным звонком.[3] В этой беседе министр однозначно давал понять, что публичное представление [программы мер] не соответствовало действительным намерениям. Была разоблачена и маскирующая тактика министра[4]. В состоянии первого шока показалось, что скандал станет катастрофой для кандидатуры Кардозо. Не помогло ни одно оправдательное объяснение (об ироническом смысле сказанного и т. д.). Министр был вынужден подать в отставку. Курс акций на бирже Сан-Пауло упал на 10,49%. Скандал приписали одному лицу, от которого и избавились. Rete Globo, виновное в этой оплошности, старалось ограничить масштабы нанесенного вреда. Этот скандал на протяжении многих дней был темой пересудов.

Но не для населения. Несколько дней спустя в ходе опроса Гэллапа было установлено, что электорат не отреагировал. Кардозо сохранил свой значительный отрыв от главного оппонента «Пулы (PT).[5] Итак, вся афера разыгрывалась на уровне общественного мнения, а если принять во внимание и биржу, — то и на уровне наблюдения второго порядка. Оно (наблюдение) состояло в реакции общественного мнения на самого себя.[6] 3 октября 1994 года Кардосо абсолютным большинством в первом туре выборов был избран президентом Бразилии.

Но в чем же проявляются — существующие и без таких разоблачений — подозрение в манипуляции и всеобщее недоверие к честности политиков? Ведь никто не сомневается в существовании разрыва между официальными заявлениями и подлинными намере-

ниями, выражающимися лишь приватно. Несмотря на рационалистические гипотезы о гласности как глашатае истины, этот случай показывает, что истину ожидают не в публичной, а в приватной коммуникации.[7]

VII. РЕКЛАМА

От истины — к рекламе. Реклама относится к загадочнейшим феноменам всей сферы массмедиа. Как состоятельные члены общества могут быть глупы настолько, чтобы расходовать немало денег на рекламу ради подтверждения своей веры в глупость других? Здесь трудно удержаться от того, чтобы не пропеть похвалу глупости, но очевидно, что это функционирует — пусть даже в форме самоорганизации глупости.

Все, что мы уже подозревали, — здесь нежданно становится истиной. Реклама пытается манипулировать, она работает неискренне и предполагает, что это предполагают [другие]. Она словно берет на себя смертный грех массмедиа — так, будто бы это могло привести к спасению всех остальных передач. Возможно, это и есть причина того, что реклама играет с открытыми картами. Здесь одним ударом решаются только что обсуждавшиеся проблемы подозрения в мотивированности. Реклама декларирует свои мотивы. Она оттачивает и, довольно часто, скрывает свои средства. Сегодня речь уже не идет только о том, чтобы адекватно и с информативными деталями описывать предлагаемые объекты, информируя об их наличии и цене. Рекламируют с помощью психологических комплексно-воздействующих средств, которые стараются обойти склонную к критике когнитивную сферу. Осознанное внимание привлекается на крайне короткое время, так чтобы не осталось времени на критическую оценку и продуманное ре-

шение. Дефицит времени компенсируется выразительностью (Drastik). Кроме того, в рекламных сюжетах темы и образы меняются от момента к моменту безо всякого внимания к «интертекстуальности».[1] Действует закон прерывания и надежда на то, что именно благодаря этому немедленно активируется воспоминание о только что виденном. Память, которая что-то помнит, но еще охотнее забывает, постоянно пропитывают чем-то новым; и новость информации — здесь, скорее, оправдание для намеренных напоминаний, что есть что-то, что можно купить, и что при этом определенные названия и зрительные фирменные знаки заслуживают особого внимания. Но это ничего не меняет в том, что никто не обманывается относительно цели рекламы и мотива ее сообщений.

Скорее можно предположить обратное: именно в силу того, что рекламодатель открыто заявляет о своем рекламном интересе, он с меньшим стеснением может обращаться с памятью и мотивами того, кому предлагается реклама. Осознанному обману положены правовые границы, однако они не запрещают скорее обычное соучастие в самообмане адресата. Сегодня реклама все больше опирается на то, что мотивы воспринимающего рекламу становятся неузнаваемыми. В этом случае он понимает, что речь идет о рекламе, но не осознает, как она на него влияет. Ему внушается мысль о свободе решения. Это подразумевает, что адресат, исходя из самого себя, желает то, чего он собственно вовсе не желал.

Эту функцию изменения до неузнаваемости мотивов того, кому предлагается реклама выполняет господствующая как в образах, так и в текстах современной рекламы тенденция к изящной форме.

Изящная форма уничтожает информацию. Она выглядит самодетерминированной, не нуждающейся в дальнейшем прояснении, непосредственно просветляющей. Она тем самым не предлагает повода коммуницировать дальше, на что следующая коммуникация могла бы реагировать с помощью «Да» или «Нет».

Следующая широко распространенная техника «затемнения»[2] состоит в парадоксальном словоупотреблении. К примеру, уверяют, будто, потратив деньги, можно «сэкономить». В другом случае товары обозначаются как «эксклюзивные» в рекламе, очевидно предназначаемой для всех и каждого. «Деревенский стиль» (Rustikal)[3] рекомендуют для обустройства городских квартир. Именно в силу знания того, что речь идет о рекламе, [наименование] «эксклюзивное» вызывает ощущение не исключенности, а включенности; выражение «деревенское» не отталкивает, а притягивает. Итак, рекламная техника нацелена на внедрение противоположного мотива.

Или — она нацелена на утаивание объекта, за который нужно заплатить. В аранжировке образов то, что рекламируется, нередко оттесняется на задний план, так что лишь повернув другой стороной само изображение, можно догадаться, о чем идет речь. То же самое можно сказать о временных секвенциях, в которых то, что рекламируется, выявляется лишь под самый конец. Dubo, Dubon, Dubonnet — один из ставших известными примеров. Эти переходы (задний план/передний план, начал о/конец), очевидно, требуют от того, кто поначалу этим заинтересовался, некоторого напряжения, которое способствует запоминанию, и в случае успеха — закрепляется в виде интереса.

Такие техники парадоксализации мотивов оставляют полную свободу (или, во всяком случае, так считается) разрешения парадокса решением — покупать или не покупать. Однако уже с этим связаны ожидания успеха. Ведь прежде всего важно проникнуть в сферу уже устоявшегося интереса и произвести специфическую неопределенность: успехом рекламы является уже то, что вообще ставится вопрос «или-или» (надо или не надо покупать новый кухонный гарнитур); ведь скорее всего вероятнее было то, что разум озадачен не кухней, а чем-нибудь другим.

Это, естественно, относится лишь к распознаваемой рекламе и не существенно для рекламы, которая в качестве таковой совсем не воспринимается. В этом случае реклама играет с различением осознанное/неосознанное. Парадоксальность состоит тогда в том, что осознанные решения принимаются неосознанно, — но опять-таки в виде свободного выбора и без принуждения или угрозы, или демонстрации ложных фактов. В остальном и завуалированная реклама во многих случаях настолько стандартизирована, что уже распознается как таковая. Между тем уже хорошо известно, что «спонсорство» (sponsoring) (уже обращает на себя внимание специально для этого созданное слово!) относится не к благотворительности, а к рекламе.[4]

К важнейшим латентным (но затем стратегически используемым в таком виде) функциям рекламы относится формирование вкуса у людей, его не имеющих. После того как стала очевидной невозможность конвертации образования в деньги, все же сохраняет известные шансы на успех противоположная возможность: деньги выступают под видом образования, — ив значительном объеме, ко-

нечно в кредит. Эта функция относится к символическому качеству объектов, которое выражается, пусть и неполно, также и в их цене.[6] С помощью этой функции мы можем обеспечивать себя как оптически, так и вербально гарантиями [правильности] отбора там, где мы не имеем в своем распоряжении собственных критериев, — и это даже не нужно покупать, ибо реклама обслуживает бесплатно. Важность этой функции замещения вкуса возрастает в связи с нынешним разложением (в XVIII веке еще предполагавшейся) зависимости между принадлежностью к социальному слою и вкусом, а также в связи с потребностью дополнительного прививания вкуса (Nachrustungsbedarf) в случае стремительного карьерного роста и нерегулируемой практики заключения браков именно в высших слоях общества.

Тогда вкус, со своей стороны, служит для структурирования желания. Потребитель реагирует, — неважно, покупает он или не покупает, — так же как и другие, причем для этого не требуется прямо их имитировать. Это тоже связано с тем, что уже не существует того высшего слоя, который бы убедительно демонстрировал «подходящее» и «неподходящее». Скорее наоборот: в своих потребностях и демонстрационных предпочтениях высший слой ориентируется на вкусовой диктат рекламы; не в последнюю очередь также и потому, что рынок ничего другого и не предлагает и дифференцируется прежде всего на основе цен.

В связи с этим стоило бы проследить зависимость рекламы и моды. Здесь реклама как текст и особенно в виде образов может в значительной степени обращаться к информации. На достаточно большой круг

[людей] мода воздействует как самодостаточная мотивация. Соответствие моде, а именно по возможности мгновенная реакция на нее, является чуть ли не принуждением. (На это обратили внимание еще в XVII веке, когда было введено это понятие.) Из этого вытекает интерес к краткосрочной информации. Хотя мода, например на цветовые оттенки, должна планироваться за несколько лет до ее прихода, однако проявляется она лишь на объекте, и тогда остается совсем немного времени для информирования о ней. Поэтому здесь реклама может предпосылать мотивы и потом всего лишь активизировать их в информационной форме. Проступает отчетливая тенденция в направлении массового производства и массовой моды. Удачные идеи малых предприятий заимствуются на ярмарках моды крупными производителями и затем в массовой форме появляются в их рекламе, так что почти не остается простора для комбинирования моды с неповторимостью дизайна (прежде всего в одежде). Так, реклама становится еще одним фактором в порождении темпа трансформаций. Это затрагивает даже комплексные, с точки зрения планирования и техники производства, процессы. Например, для автомобилей неожиданно требуются округлые, а не угловатые формы, изящество — а не внушительность.

Не стоит еще раз повторять, что реклама (и, тем более, мода) разворачивается на уровне потребления знаков.[6] Следовательно, и здесь речь идет о конструировании, которое продолжает [выстраивать] свою собственную, первичную для нее реальность и при этом может выдерживать значительные колебания рынка и даже получать от этого выгоду. Характерно, что речь ведется об определенном различии рекла-

мы и рыночного успеха и, вероятно, о возможности производить что-то на основе проверенных опытом рекламных правил, хотя и неизвестно, оправдает ли это усилия. Во всяком случае, здесь говорится не о таких субъективно исчисляемых различиях, как искренность/неискренность или истинность/неистинность, а непременно — лишь о прекрасной видимости. Основную идею этой формы массовой коммуникации можно датировать XVII веком, то есть эпохой придворной культуры, когда эта первая операционная реальность самопредставления еще принимала вид интеракции. С этих пор союз прекрасной видимости и кратковременности (kurze Dauer) становится темой европейской дискуссии. Реклама постоянно требует нового и на этом же основывается власть моды. Мода способна на какое-то время лишить силы даже смехотворное.[7]

Однако, пожалуй, важнейшая схема рекламы заключена в отношении поверхностного и глубокого. Словно следуя древним техникам предсказаний, она обращается к рисунку поверхности для отгадывания глубинного. Поэтому она сродни и искусству орнамента.[8] Однако глубина теперь предстает уже не в виде судьбы, а в форме рекламной необязательности. Реклама не может определять то, что думают, чувствуют и желают ее адресаты. Она может калькулировать перспективы своего успеха и получать за это плату. В этой связи она калькулирует экономически. В рамках же массмедийной системы она следует иным законам. Она занимает поверхность дизайна и оттуда указывает на глубину, которая для нее самой остается недоступной.

Предшествующие размышления могли оставить впечатление статического рассмотрения рекламной

сферы. Это важно исправить. В одной только области телевизионной рекламы, в последние сорок лет ее существования, обозначились существенные переориентации.[9] Конструирование реальности все в большей степени само становится проблемой, превращаясь в вопрос «как?». С открытием молодежной сцены, платежеспособного круга адресатов, выходящего и за пределы юного возраста, были связаны и новые формы интеграции маркетинга, рекламы и участия потребителей. «Тренд-скауты» высматривают будущие предпочтения. Культовые объекты, которые создают для подростков возможность совместно формировать свою отличительность, воплощаются в специфических продуктах, получают дизайн и имя, одновременно запускаются и в рекламу, и в производство. (Следовательно, речь уже не идет, в первую очередь, о том, чтобы в максимальных количествах продавать изделия массового производства.) Культовые объекты сами порождают необходимое для идентификации различие. Поэтому становятся излишними политико-идеологические различия, направленные против «капитализма». Отпадают колебания по поводу сотрудничества с рекламой, которое [прежде] отождествлялось с пособничеством капитализму. Адресаты рекламы соглашаются на взаимодействие. На короткое время (а значит, более эффективно) культовые объекты должны инсценироваться. Люди сами характеризуют себя как «сцену», как «техносцену» и т. д., где одна из сторон остается открытой для того, что придет позднее.

Кроме того, видимо, меняются и экономические мотивы, которые рационализуют расходы на рекламу. Расходы на рекламу возрастают, — например, по сравнению с тем, что расходуется на потребление.[10]

Теперь в Германии только на автомобильную рекламу ежегодно тратится два миллиарда немецких марок: это больше, чем 500 марок на каждую проданную машину.[11] Ни о какой калькуляции издержек и доходов не может быть и речи. Речь, скорее всего, идет о давлении, принуждающем оставаться на виду (аналогично тому обстоятельству, что в экономических расчетах удержание или увеличение сегмента рынка стало важнее прибыли). Но в то же время это означает, что формы рекламы получают всё большую свободу, — если только они оказываются пригодными для мобилизации внимания, если они функционируют лишь в виде коммуникации. Поэтому хорошие аргументы в пользу растущей дифференциации систем с уменьшающимися структурными зависимостями между ними обнаруживаются именно в отношении экономики и рекламы.

Успех рекламы не сводится только к экономическому успеху и росту продаж. Система масс-медиа и здесь обнаруживает *собственную функцию,* которая могла бы состоять в *стабилизации отношения между избытком (Redundanz) и вариативностью в повседневной культуре.* Избыток порождается тем, что продукт хорошо продается, that sells well, а вариативность — благодаря тому, что на рынке надо уметь выделять собственные продукты. Вторичная покупка одного и того же в условиях промышленного производства скорее является актом отчаяния, нежели разума. Поэтому необходимо дополнительно поддерживать мотивацию, и лучше всего это осуществляется средствами порождения иллюзии, что одно и то же вовсе не является чем-то тождественным, а представляет собой нечто новое. Соответственно, главная проблема рекламы заключается в том, что-

бы непрерывно представлять нечто новое, одновременно сохраняющее верность марке, то есть в том, чтобы производить избыточность и вариативность. BMW остается BMW, но от модели к модели он становится лучше, и даже его утилизация, так называемый «resycling», может совершенствоваться. Чтобы уметь это наблюдать, необходима минимальная мера информации. Так возникает комбинация высокой стандартизации со столь же высокой поверхностной дифференцированностью — своего рода лучший из возможных миров, где порядка столько, сколько нужно, а свободы столько, сколько возможно. Реклама делает этот порядок известным и проводит его в жизнь. В типичных американских ресторанах можно выбирать между салатными приправами (французской или итальянской), но бессмысленно требовать оливковое масло и лимонный сок и пытаться самому определить приемлемую степень смешения. Очевидно, что в подобной ситуации лишь немногие находят выход в том, чтобы просто отказаться от салата.

VIII. РАЗВЛЕЧЕНИЕ

Приближаясь теперь к рассмотрению массмедийного «развлечения», мы снова вступаем в программную область совершенно иного рода. И здесь нас интересуют лишь теоретически препарированные вопросы. Мы не спрашиваем о сущности или степени занимательности развлечения, о его качестве, о различиях в уровне притязаний или своеобразии тех, кто нуждается в развлечениях или просто охотно позволяет себя развлекать и кто испытал бы легкую скуку, если бы этого лишился. Развлечение, без сомнения, является частью современной культуры свободного времени, ему вверяется функция уничтожения лишнего времени. Но в контексте теории массмедиа мы останавливаемся на проблемах конструирования реальности и на вопросе о том, как в этом случае проявляется кодирование «информация/неинформация».

Более всего нам поможет ориентация на общую модель игры. Одновременно это объяснит нам, почему спортивные передачи, в особенности показываемые в записи, скорее следует относить к развлечениям, нежели к сфере новостей.[1] Игра также является разновидностью удвоения реальности, в ходе которого реальность, понимаемая как игра, вычленяется из нормальной реальности, не обязательно отрицая последнюю. Создается вторая — подчиняющаяся определенным условиям — реальность, с точки зрения которой обыкновенный образ жизни выглядит уже как реальная реальность. Для конституции игры изначально требуются предвидимые временные огра-

ничения. Игры представляют собой эпизоды. Следовательно, речь не идет о переходах в другую сферу жизнедеятельности. Люди лишь периодически занимаются играми, не отказываясь от других возможностей и не снимая с себя другие свои заботы. Но это не означает, что реальная реальность существует лишь до и после игры. Напротив, все, что существует, существует одновременно. В каждой из своих операций игра непременно содержит также и отсылки к одновременно существующей реальной реальности. На каждом ходу она обозначает себя саму в качестве игры; она может прерваться в любой момент, если вдруг создастся серьезная ситуация. Кошка может прыгнуть на шахматную доску.[2] Продолжение игры требует постоянного контроля границ.

В социальных играх, где задействовано несколько участников, это обеспечивается ориентацией на правила игры, которые всегда держат в уме, когда идентифицируют собственное и чужое поведение (внутри игры) как к ней принадлежащее. К игре относятся как соблюдение, так и нарушение правил. Однако последнее относится к игре лишь в той мере, в какой оно — посредством указания на него — может быть исправлено. Но развлечение все-таки — это игра иного рода.[3] Она не предполагает никакой взаимной дополнительности в поведении партнеров и никаких предварительно согласованных правил. Вместо этого сектор реальности, в котором конституируется этот второй мир, получает оптическую и акустическую маркировку: в виде книги, экрана, заметной последовательности специально препарированных шумов, которые в этом состоянии воспринимаются уже как «звуки».[4] Эти внешние рамки освобождают определенный мир, в котором имеет силу собственная фик-

тивная реальность. Целый мир! — а не просто социально согласованную последовательность действий, как это имеет место в социальных играх.

Это отличие от социальных игр возвращает нас к системе массмедиа. Подобно игре, и развлечение может предполагать, что зритель способен наблюдать начало и конец, — в отличие от собственной жизни, ведь он уже пережил «до» и еще переживет «после». Таким образом, как бы автоматически, он вычленяет время развлечений из своего собственного времени. Но само развлечение ни в коем случае не является чем-то нереальным (в смысле: не наличествующим). Оно предполагает совершенно реальные самопорожденные, так сказать, двусторонние объекты, которые делают возможным переход от реальной к фиктивной реальности, то есть пересечение границы.[5] Это — тексты или фильмы. Тогда на «внутренней стороне» этих объектов обнаруживается — невидимый в реальной реальности — мир воображения. Поскольку этот мир воображения не должен координировать социальное поведение наблюдателей, он не нуждается ни в каких правилах игры. Вместо этого ему необходима *информация.* И именно это позволяет средствам массовой коммуникации на основе их кода «информация/неинформация» выстраивать программную область развлечений.

Кроме того — особенно если известна фиктивность рассказываемой истории, — не все в развлечении может быть чисто фиктивным. Читатель/зритель должен уметь войти в ситуацию и очень быстро сформировать подходящую к рассказу, соразмерную ему память. Но осуществить это он может только в том случае, если получит достаточное количество знакомых ему деталей в виде образов и текстов.

На это неоднократно указывал уже Дидро.[6] От читателя/зрителя требуется, следовательно, тренированная (но вовсе не осознанно управляемая) способность различать.

Если принять эти предварительные теоретические установки, тогда проблема сводится к вопросу, как с помощью информации (вместо предзаданных правил) может выделяться особая реальность развлечений. Ответ на этот вопрос более сложен, чем это может показаться на первый взгляд.

Мы продолжаем утверждать, что информация проявляется в различиях, производящих различия. Следовательно, это понятие уже предполагает последовательность по меньшей мере двух событий с маркирующим эффектом. Но затем и то различие, которое производится как информация, в свою очередь, может быть различием, которое производит некоторое различие. В этом смысле информация непрерывно встроена в рекурсивную сеть, элементы которой вытекают друг из друга, однако в своих последовательностях могут упорядочиваться относительно более или менее невероятных результатов. Это может осуществляться как в строгой форме некоторой системы исчисления (или «расчета»), так и в ходе процессов, которые шаг за шагом вовлекают дальнейшие, незапрограммированные элементы информации, — то есть лишь по результатам переработки информации можно понять, что требуется дальнейшая информации, и то, какой она должна быть. В этом случае, пожалуй, возникнет впечатление (не важно, описывает ли себя так сам процесс или нет), что перед нами не расчет, а цепочка действий или решений. Лишь в нарративном контексте станет ясно то, чем являлось действие, то, в какой мере оно обращалось к своему

прошлому и будущему, а также то, какие признаки актора выразились в нем, а какие — нет. Для всякого ограничения значения отдельного действия неизбежно соотнесение его с другими действиями, — как в повседневной жизни, так и в рассказах.

Подобное истолкование проблемы информации предполагает наличие «субъектов» — фиктивных идентичностей, которые порождают единство рассказанной истории и одновременно делают возможным скачок к (такой же сконструированной) персональной идентичности зрителя. Последний может сравнить представленные в рассказе характеры с самим собой.[7]

Но одно это еще не дает нам права рассматривать такое производство информации, порожденной информацией (различений, рожденных из различений), как игру или как развлечение. Это подразумевает нечто большее — то, что последовательность операций, перерабатывающих информацию, *производит саму собственную правдоподобность (Plausibilitat)* подобно тому, как в технологиях процесс закрывается от неконтролируемых влияний из внешнего мира. То, что произвело различие, затем приводит достаточные основания для определения возможных дальнейших различий. В этом смысле процесс порождает и транспортирует произведенную им самим и постоянно обновляемую неопределенность, которая зависит от дальнейшей информации. Он живет за счет самопорожденных неожиданностей, выстроенных им самим напряжений, и как раз эта фикциональная закрытость являет собой именно ту структуру, которая позволяет различать реальную и фиктивную реальность и пересекать границу, проникая из одного царства в другое.

Сегодня кажется естественным, что публика способна прослеживать это различение реальной и инсценированной реальности и поэтому соглашается с изображением таких вольностей (скажем, неистово мчащихся автомобилей), каких себе она бы никогда не позволила. С исторической точки зрения, такая способность различения является эволюционным результатом, восходящим к возникновению сценического театра во второй половине XVI века.[8] В отличие от практики средневековых представлений в театре эпохи Ренессанса речь уже не ведется о том, чтобы сделать зримыми невидимые стороны мира, речь идет не о восстановлении единства, символизации зримого и незримого, о напрашивающемся смешении игры и реальности (в результате которого публика должна быть успокоена и удержана от активного вмешательства), а о самостоятельной инсценировке, которая переживается только как симуляция, и кроме того, еще раз воспроизводит *в себе самой* игру обмана и прозрения, незнания и познания, мотивационно-управляемого представления и генерализированного подозрения в такой мотивированности. Тем самым индивиду предоставляется свобода соответствующим образом толковать свою жизненную ситуацию. Но прежде всего эта схема, принуждающая во всех социальных ситуациях считаться с различием видимости и действительности, вошла в постоянный репертуар культуры, которая уже без лишних рассуждений может исходить и опираться на то, что это различие [реальной и фиктивной реальности] понятно для всех.

В XVII веке еще можно найти литературу, в которой это обстоятельство кажется настолько примечательным, что на него специально указывают и даже

прямо-таки предлагают в качестве результата индивидуального изучения и искусства жизненной мудрости.[9] Однако благодаря книгопечатанию этот способ прочтения реальности распространяется настолько быстро, что на это уже могут рассчитывать формирующиеся массмедиа, проблема которых теперь состоит скорее в том, чтобы мобилизовывать все новый интерес. Для этого оказался полезным уже названный момент напряжения, порождения и разрешения ими самими созданной неопределенности.

Современный роман — будучи сам по себе явным порождением масс-медиа, рассчитанных на публичное воздействие, — предложил для этого[10] модель, что повлекло за собой значимые следствия. На примере такой ключевой фигуры, как Даниель Дефо, можно понять, что современный роман возникает из современной журналистики, а именно, в силу необходимости различать — применительно к печатным публикациям — между фактами и фикциями. Печатный станок меняет тот способ, которым мир может в правдоподобной форме презентироваться публике, а именно — через утверждение о фактах или о фактически обнаруженных (но распознаваемых как фикция) письменных свидетельствах и, наконец, даже через чистые, не завуалированные художественные рассказы, которые, однако, содержат слишком много узнаваемого материала, чтобы считаться воображаемой реальностью. Поэтому различение между (проверяемыми фактически) известиями или комментариями и весьма близкими к реальности художественными рассказами вообще возникает лишь на основе технологий, которые обеспечивают изготовление печатной продукции.[11]

Лишь это различение позволяет дистанцировать-

ся от реальности и использовать большую свободу художественной литературы, позволяющей рассказывать истории, которые хотя и являются фиктивными, однако дают читателю возможность выводить заключения об известном ему мире и его собственной жизни; эти заключения он делает свободно, поскольку речь идет именно о фиктивных событиях. При этом предлагаемая история опирается на общую структуру, которая лежит в основе любого рода развлечения и состоит в снятии самопорожденной неопределенности ее исхода. Уже в течение XVIII столетия происходит элиминация эпических элементов, ускоряется ход событий, который сдерживается лишь посредством произведенных в самом романе реалий. Поэтому планирование романа требует рефлексии времени во времени. Перспектива ориентирована на будущее и поэтому носит увлекательный характер. Но вместе с тем нужно заботиться и о достаточном представлении прошлого, которое в конце делает понятным, что (и как) неопределенность разрешается с помощью уже введенной, но не прозрачной в своей функции информации. Чтобы замкнуть круг, нужно суметь к чему-то возвратиться. При всей ориентации на будущее «узел развязывается лишь благодаря прошлому, а не будущему», — правило, которое Жан Поль предписывает писателю-романисту.[12] Если рассказ стремится удовлетворять минимальным требованиям собственной связности и последовательности (и сказки здесь — весьма спорное исключение), то протекание событий нужно уметь возводить к началу истории. Во всяком случае, предпосылки для снятия напряжения должны быть введены до завершения романа, хотя читатель или зритель продолжают оставаться в неопределенности.

Поэтому повторное чтение не имеет смысла; или же оно имеет смысл лишь в том случае, если читатель желает сконцентрироваться исключительно на своем восхищении художественным мастерством или если зритель желает концентрироваться на достоинствах изображения. Для достижения надлежащей развлекательности и увлекательности читатели и зрители не должны заранее знать, как следует читать текст или понимать историю. Развлекаться хочется всегда по-новому. По той же самой причине всякое развлечение должно прийти к завершению и само об этом позаботиться. Единство произведения — это единство допущенного в нем различия прошлого и будущего. В конце можно сказать: das war's also. Остается чувство более или менее приятного времяпрепровождения.[13]

Благодаря собственному производству и разрешению неопределенности рассказанная история индивидуализируется. Благодаря этому проявляется все новый интерес — вопреки стереотипическому воспроизводству способов рассказа. От читателя или зрителя не стоит требовать быстрейшего забывания — с тем, чтобы можно было написать и продать Новое, как этого требует Людвиг Тик;[14] из этого само собой вытекает, что всякое напряжение выстраивается и разрешается индивидуально.

Чтобы произвести и сохранить увлекательность, нужно вывести автора за кулисы текста, ведь в противном случае в тексте будет присутствовать кто-то, кто уже знает исход, или тот, кто может устроить так, как ему самому представляется уместным. Все следы его причастности должны быть уничтожены.[15] Механизм рождения текста не должен еще раз встречаться в самом тексте, ибо в этом случае не-

возможно было бы четко различить самореференцию и инореференцию.[16] Хотя и развлекательные тексты имеют автора и могут подвергаться обсуждению в коммуникации, различие информации и сообщения не должно проявляться в тексте; ведь тогда выявилось бы несоответствие констативных и перформативных текстовых компонент, внимание понимающего индивида было бы привлечено к этому различию и тем самым -— отвлечено. Он стал бы колебаться и должен был бы принять решение о том, следует ли обратить большее внимание на сообщение и его мотивы, на красоту и коннотативные сетевые связи его поэтических форм[17] или же отдать себя во власть развлечений. Смысл развлечения состоит именно в том, чтобы не искать и не находить повода для ответа коммуникацией на коммуникацию. Вместо этого наблюдатель может сосредоточиться на мотивах и переживаниях описанных в тексте лиц и в *этом* отношении учиться наблюдению второго порядка. И поскольку речь здесь идет «исключительно» о развлечении, то не возникает проблемы аутентичности, которая появилась бы в случае произведения искусства. Уже в середине XIX века роман как художественная форма (с появлением «Сентиментального образования» Флобера и «Доверенного лица» Мелвилла) уходит из сферы развлечений, передавая ее средствам массовой коммуникации. Наконец, искусство XX века вообще более не может описываться как фиктивное. Ведь фиктивность предполагает, что мы можем знать, как должен был бы выглядеть мир, если бы фикция могла рассматриваться как правильное описание.[18] Однако именно это описание систематически бойкотируется в современном искусстве и — можем повторить еще раз — предоставляется

массмедиа, чтобы они тем самым удовлетворяли потребность в развлечениях.

Как это обычно происходит в случае операционной замкнутости, обособление прежде всего порождает избыточные возможности. Формы развлечения различаются на основании того, как редуцируется эта избыточность. Основным образцом здесь является рассказ, который затем, в свою очередь, дифференцируется на весьма богатые формы. У рассказа (всегда с точки зрения развлечения, а не искусства) имеется, видимо, лишь небольшое количество функциональных эквивалентов. Примером могли бы служить разного рода конкурсы, скажем, передачи-викторины или трансляции спортивных состязаний. Здесь нам не нужно вдаваться в детали, но остается вопрос, как это воображаемое многообразие событий обратно воздействует на внешнюю реальность.

Очевидно, что необходимо в полной мере знание, уже имеющееся у зрителей. Поэтому развлечение оказывает усиливающее воздействие на уже существующее знание. Однако развлечение, в отличие от сферы новостей и репортажей, не направлено на разъяснение (Belehrung). Напротив, оно использует наличное знание только затем, чтобы выделить себя на его фоне. Это может достигаться за счет выхода за пределы всегда случайного опыта отдельного зрителя, — неважно, в направлении ли типичных ситуаций (другим тоже не легче), или в направлении идеального (от себя самого этого, однако, требовать не следует), или в направлении весьма невероятных комбинаций (которые мы сами, к счастью, не должны учитывать в нашей повседневности). Кроме того, возможны более прямые включения тела и духа — в

области эротики или в детективной истории, сначала вводящей в заблуждение сведущего в этом зрителя, но прежде всего в музыке, взывающей к ответному резонансу. Именно в силу того, что развлечение предлагает себя извне, оно — как когда-то мифические рассказы — стремится активировать пережитое самим адресатом, его надежды, опасения, им забытое. «Новая мифология», о появлении которой тщетно ностальгировали романтики, была сотворена развлекательными формами массмедиа. Развлечение вновь впитывает в себя (re-impragniert) то, что и так уже существует в нас; и, как всегда, также и в этом случае, достижения памяти связываются с возможностями научения.

В особенности игровое кино использует общую форму внедрения правдоподобных различений (Plausibelisierung von Unterscheidungen) — посредством более ранних и более поздних различений в рамках одной и той же истории. Они дополнительно уплотняют ее благодаря вовлечению только чувственных (но не рассказанных!) различений. Место действия, его «мебелированность» получают в том числе и зримую форму и вместе с тем своими *собственными* различениями (элегантными апартаментами, несущимися автомобилями, странными техническими приборами etc.) — служат в качестве *контекста,* на фоне которого и выступает действие, а эксплицитные высказывания могут сводиться к минимуму. Мотивы можно «увидеть» в их воплощениях (Effekte) и получить впечатление, что интенции действия являются лишь частью целостного процесса и что сам действующий не может полностью обозревать всего, что им совершается. Зритель почти незаметно подводится к тому, чтобы понимать себя

в качестве наблюдателя наблюдателей и открывать в себе самом схожие или иные установки.

Уже роман заимствовал свои ведущие темы из телесности своих протагонистов, в частности, в ограниченности контроля над телесными процессами.[19] Это объясняет доминирование эротики и опасных приключений, в которых читатель, словно тайный соглядатай (voyeuristisch), может принять участие посредством телесной аналогии [между зрителем и актером]. Увлекательность рассказа «символически» укореняется в ограниченности контроля над собственным телом. Эти эротические и авантюристические основания не претерпели изменений даже после возникновения экранизации и телевидения. Однако в виде образов они предстают гораздо ярче, комплексное и одновременно выразительнее; эти основания получают специфическое дополнение — например, посредством визуализации времени как темпа или посредством демонстрации пограничных случаев господства над телом в художественных компонентах фильмов и в спорте, где эти пограничные случаи делают зримой проблему внезапного перехода от контроля над телом к его неподконтрольности. Поэтому и телевизионные спортивные передачи (в отличие от информации о результатах, которую можно просто прочитать) в первую очередь служат для развлечения, ибо они стабилизируют напряжение на границе контролируемой и неконтролируемой телесности. Если оглянуться назад, этот опыт отчетливо показывает, насколько тяжело, даже невозможно было бы рассказать о ходе спортивных событий — от лошадиных бегов до игры в теннис. Нужно лично присутствовать или смотреть по телевизору.

Роман как художественная форма и выводимые из

этого формы художественного вымысла, повествующие об увлекательном развлечении, рассчитаны на индивидов, которые уже не выводят свою идентичность из своего происхождения, но формируют ее сами. Соответствующая открытая, опирающаяся на «внутренние» ценности и гарантии социализация берет свое начало, предположительно, среди буржуазных слоев в XVIII столетии. Ныне она стала неизбежной. Всякий, едва родившись, обнаруживает себя в виде кого-то такого, кто еще только должен определить свою индивидуальность или позволить ей определиться по правилам некоей игры, «of which neither he, nor any one else back to the beginning of time knew the rules or the risks or the stakes».[20] Тогда будет весьма соблазнительно испробовать виртуальные реальности на себе самом, — по меньшей мере в воображении, которое можно остановить в любую минуту.

Воплотившаяся в романе форма нарративного развлечения ныне уже не является самодержавной. По меньшей мере со времени распространения телевидения наряду с ним укоренилась и вторая форма, а именно разновидность представления в высшей степени личного опыта. Индивидуальные лица (Personen) предстают на экране в своих зримых образах, им задают вопросы, зачастую интересуются интимнейшими деталями их личной жизни. От того, кто соглашается побывать в подобной ситуации, ждут готовности отвечать на эти вопросы. Спрашивающий может не стесняться, а зритель — наслаждаться уничтожением всякой щекотливости. Но почему?

По-видимому, интерес к таким передачам заключается в том, чтобы взглянуть на правдоподобную,

но не связанную с консенсусными обязательствами реальность. Хотя зритель живет в том же самом мире (ибо другого не существует), он не подвергается никаким требованиям консенсуса. Он сохраняет свободу соглашаться или отклонять. Ему предлагают когнитивную и мотивационную свободу — и все это не лишает его реальности! Снимается противоречие между свободой и принуждением. Можно выбирать себя самого и даже не обязательно оставаться тем, чем индивид сам себя считает, когда наступает серьезная ситуация.

Развлекательные передачи тем самым всегда имеют подтекст, который приглашает участников примерить на себя все, что они увидели или услышали. Зрители включены в качестве исключенного третьего, — как «паразиты» в смысле Мишеля Серра.[21] Последовательности различений, которые вытекают друг из друга благодаря тому, что одно дает удобную возможность для развития другого, производят в их воображаемом мире, кроме того, еще и второе различие — по отношению к знаниям, умениям, чувствам зрителей. При этом речь идет не о том, какое впечатление текст, передача, фильм оказывают на отдельного зрителя. Да их воздействие и не может быть схвачено с помощью простой концепции аналогии и подражания, — так, словно мы пробуем на себе самих то, что прочитали в романе или увидели в фильме. Нас не мотивируют к подражанию в собственном поведении (это привело бы к мгновенному перенапряжению наших способностей и, как известно, выглядело бы смехотворно).[22] Мы учимся наблюдать наблюдателей, — а именно применительно к тому, как они реагируют на ситуации, то есть как они наблюдают себя.[23] При этом наблюдатель второго по-

рядка умнее, хотя и менее мотивирован, чем тот, кого он наблюдает; можно понять, что он для себя самого в значительной степени остается непрозрачным, или, по словам Фрейда, — не только должен что-то скрывать, но и оставаться чем-то скрытым.

Что при этом проигрывается внутри индивида-зрителя, какие нелинейные каузальности, варианты развития диссипативных структур, негативные или позитивные обратные связи и т. д. влекут за собой подобные случайные наблюдения, — просто невозможно предвидеть, этим также невозможно управлять с помощью выбора массмедийных программ. Ведь психологические эффекты чрезвычайно комплексны, в большей степени самодетерминированы и крайне разнообразны, чтобы их можно было бы вовлечь в массмедийно-опосредованную коммуникацию. Напротив, подразумевается, что каждая операция, которая протекает в сфере воображения, привносит с собой и инореференцию, а именно референцию реальной реальности, как она осознается, оценивается и всегда уже предналичествует в виде тематики типично-протекающей коммуникации. И именно это направление в различении между реальной и фиктивной реальностью производит развлекательную ценность развлекательной коммуникации. «Острота» развлечения выражена непременно сопутствующим сравнением, а формы развлечения существенно различаются между собой по тому, как они задействуют их корреляты в мире: подтверждая их или отклоняя; или же до самого конца оставляют неопределенным исход, или успокаивают, гарантируя: «Со мной такого никогда не случится».

Психические системы, которые ради развлечения участвуют в массмедийной коммуникации, привлека-

ются тем, что замыкаются в рамках самих себя. Начиная с XVIII столетия, это явление описывается при помощи различения между копией и аутентичным самобытием,[24] и конечно же существуют имитационные самостилизации более или менее неосознанного рода, распространение которых только этим и можно объяснить; речь может идти, например, о непринужденной жестикуляции или вызывающих жестах как выражении независимости (Selbststandigkeit) от внешних требований. Но это различение «имитация/аутентичность» не объясняет в достаточной мере того, как в условиях этой раздвоенности индивид идентифицирует себя *в качестве индивида.* Это, видимо, осуществляется в модусе самонаблюдения или, точнее, — в наблюдении собственного наблюдения. Если задана опция «имитация/аутентичность» *имы наблюдаем нас самих, стремясь обнаружить в этом свою идентичность,* то можно выбрать обе стороны различения, а можно выбирать то одну, то другую. Рефлексия может потом предложить всего лишь лишенное признаков, непрозрачное Я, которое, однако, — до тех пор, пока живет и локализуется в мире его тело, — способно наблюдать то, как оно наблюдает. И лишь таким образом можно отказаться от признаков происхождения в определении того, чем каждый является для себя самого.

Эти размышления раскрывают особый вклад сегмента «развлечение» во всеобщее производство реальности. Развлечение делает возможным самолокализацию (Selbstverortung) в изображенном [посредством массмедиа] мире. И тогда уже возникает второй вопрос — приводит ли этот маневр к удовлетворенности собой и миром. Остается открытым и вопрос о том, идентифицируем ли мы себя с характера-

ми массмедийных сюжетов или регистрируем различия. То, что предлагается в виде развлечения, никого не обязывает, однако дает достаточно отправных точек (которые невозможно было бы обнаружить ни в новостях, ни в рекламе) для работы над собственной «идентичностью». Фиктивная реальность и реальная реальность очевидно различны, и именно поэтому индивид — в том, что касается его индивидуальности, — оказывается на самообеспечении (wird Selbstversorger). Он не должен, да и не может обсуждать свою идентичность в коммуникации. Поэтому он не нуждается и в том, чтобы окончательно связывать себя. Но если это больше не требуется в интеракциях или снова и снова терпит крушение, то вместо этого можно воспользоваться материалом, предлагаемым массмедийными развлечениями.

Тем самым развлечение, — по меньшей мере, на стороне субъекта, — регулирует и процессы включения и исключения. Но в отличие от буржуазной драмы или романа XVIII столетия оно уже не протекает в форме, которая была привязана к типизированному расточению чувства и тем самым исключала (еще не обуржуазившееся) дворянство и низшие слои; теперь развлечение предстает в виде включения всех за исключением тех, которые настолько мало задействованы в нем, что в отдельных случаях уже не могут активировать интерес и посредством воздержания (зачастую высокомерной абстиненции) освоили Самость, которая более не зависит от этого интереса и именно этим определяется.

IX. ЕДИНСТВО И СТРУКТУРНЫЕ СОПРЯЖЕНИЯ

Эти три программные области, которые мы рассматриваем отдельно, позволяют четко различать их типику. Это не исключает взаимного заимствования. Репортажи, по распространенному мнению журналистов, должны быть написаны увлекательно (но что это значит? Должны легко читаться?), и многие сенсационные сообщения бульварной прессы отбираются в соответствии с их развлекательной ценностью[1] (однако даже здесь развлечение можно было бы понимать шире и не в том смысле, который мы уточнили выше: как снятие самопорожденной неопределенности). Прежде всего, реклама, чей коррелят в реальности (рынок) не слишком вдохновляет, вынуждена что-то выдумывать, т. е. использовать [жанр] развлечения и сообщения об уже известном. Американское газетное дело обеспечило свою независимость в XIX веке сначала с помощью частных объявлений, а затем присовокупило к этому известия и развлечения.[2] Результаты воздействия этой истории возникновения [американских газет] все еще продолжают сказываться — не в последнюю очередь потому, что отдельные издания, прежде всего «Нью-Йорк Тайме», используют это типообразующее последствие для того, чтобы от этого отличаться. Сегодня мы обнаруживаем колонки или газетные страницы, посвященные преимущественно компьютерной технике, автомобилям, экологическому огородничеству, путешествиям во время отпуска и т. д., в кото-

рых предметная информация используется для облачения рекламы. Нередко популярная иконография телевидения продуцирует распознаваемые образы и знания, которые способствуют трансляции содержания из одной области в некоторую другую. Итак, внутри отдельных программных областей можно наблюдать заимствования из других. Именно остроумная реклама играет с имплицитным знанием своих адресатов, не активируя его в памяти прямо и плоско. Репортажи также — с точки зрения стиля или видеоряда — обогащаются моментами развлечения, уничтожающего скуку. И все-таки в типичном случае, когда продукция не предназначается для введения в заблуждение, можно легко определить то, какая программная область регулирует производство продукта. Если эта гипотеза вызывает сомнения, она допускает легкую эмпирическую верификацию.

Для распознавания программных областей требуются, правда, особые сигналы, которые обрамляют передачи. В газетных объявлениях должно быть отчетливо видно, что речь идет не о новостях, а о рекламе. В случае телевидения, например, во время «зэппинга»[3] не сразу становится ясно, идет ли развлекательная передача, передаются ли новости или репортажи. Можно вспомнить о получившем известность недоразумении в связи с трансляцией «Войны миров», когда многие зрители поверили, что речь действительно идет о приземлении внеземных существ. В типичном случае фильмы маркируются как таковые в начале и завершении. Реклама распознается почти всегда мгновенно как таковая. Внешние рамки можно различить лишь в момент их вещания, однако для опытных телезрителей существует целый набор внутренних сигналов, которые позволя-

ют провести идентификацию.[4] Однако проблема возникает лишь только потому, что применяется единое техническое средство (медиум), которое может использоваться применительно к самым различным формам.

И все же не так-то легко принять тезис о единстве системы массмедиа, покоящейся на трех столь различных столпах: новости/репортажи, реклама, развлечения. Прежде всего, в глаза бросается неоднородность этих способов коммуникации. Конечно, эмпирически можно легко убедиться в том, что все три сферы используют одну и ту же технологию распространения и могут регулярно воспроизводиться в одной и той же газете или в рамках одного и того же времени теле- или радиовещания. Но именно тогда, когда пользуются кодом «информация/неинформация», особенно впечатляет разнородность воплощений, разнообразие производства раздражения и информации в отдельных медийных областях.

Новости, реклама и развлечение, безусловно, различаются в том, как они могут использоваться в дальнейшей коммуникации. Тот, кто хорошо информирован благодаря новостям и репортажам, может транслировать эту информацию далее или говорить именно о ней, а не о погоде, приводя тем самым в движение дальнейшую коммуникацию. Это не столь осмысленно в случае рекламы. Да и в развлечении дальнейшая коммуникация состоит не в том, чтобы дальше плести нить повествования или извлекать из этого уроки и учить других. Можно обмениваться вкусовыми суждениями и демонстрировать свою способность судить об этом. Однако в целом вклад всех трех форм массмедийной коммуникации, видимо, состоит в том, — *ив этом они полностью согла-*

суются, — чтобы создавать предпосылки для дальнейшей коммуникации, *которые не требуют специального коммуникативного обсуждения.* Это касается как актуального уровня [индивидуальной] информированности, так и актуальной [индивидуальной] культурности [Kultiviertsein] в сфере суждений о ценностях, жизненных формах, модном и более-не-модном. Ведь благодаря массмедиа также можно оценить, воспринимается ли отход от общепринятого и демонстрация собственного мнения как нечто уместное или как провокационное. Поскольку массмедиа порождают некую фоновую реальность, способную стать отправной точкой, то от нее можно и оторваться, выделиться на ее фоне своими личными мнениями, прогнозами, предпочтениями и т. д.

Поэтому общественная *функция* массмедиа обнаруживается не в целостности той или иной актуализированной информации (то есть не на позитивно оцениваемой стороне кода), а в порожденной таким образом памяти.[5] Память системы общества состоит в том, что при каждой коммуникации можно исходить из наличия некоторых заведомо известных предположений о реальности, которые не нужно специально вводить в коммуникацию и обосновывать в ней. Воздействие памяти проявляется во всех операциях общественной системы, а значит — во всех коммуникациях, где она служит для контроля текущей непротиворечивости с оглядками (im Seitenblick) на известный мир и исключает слишком рискованную информацию как невероятную. Таким образом, на те или иные рассматриваемые сегменты реальности (темы) наслаивается вторая реальность, не связанная консенсусными обязательствами. Каждый как наблюдатель может подвергнуть-

ся наблюдению другого наблюдателя, не испытывая при этом огдущения, будто они живут в различных, несоизмеримых мирах. Возможно даже развитие своеобразных спортивных отношений между упорно навязываемыми суждениями в коммуникации, которые тем не менее могут опираться на общую подразумеваемую реальность и избегают (за исключением пограничных случаев) опасности их психиатрического толкования. Прямые отсылки к передаваемым сообщениям могут варьироваться и соотноситься, главным образом, с последними известиями; однако в производстве латентной структуры повседневности и в постоянном воспроизводстве рекурсивности общественной коммуникации программные области взаимодействуют и поливают одну и ту же грядку, с которой, по мере надобности, могут получать урожай.

Итак, массмедиа являются средствами (медиумами) не в том смысле, что передают информацию от знающего к незнающему. Они являются средствами (медиумами) трансляции в той степени, в какой подготовляют и так или иначе развивают фоновое знание, из которого можно исходить в коммуникации. Конституирующим различением является не «знание/незнание», а «медиум/форма».[6] Медиум подготавливает гигантскую, однако все-таки ограниченную область возможностей, из которой коммуникация может отбирать формы, когда она временно ориентируется на определенные содержания. И именно здесь вносят свой вклад новости/репортажи, реклама и развлечения, причем весьма различными способами.

Другая причина для воспроизводства дифференции новостей/репортажей, рекламы и развлечения

могла бы состоять в том, что массмедиа посредством этих жанров одновременно поддерживают различные структурные сопряжения и тем самым воспроизводят различные способы соединения с другими функциональными системами. Реклама, несомненно, образует собственный рынок в системе экономики с собственными организациями, ориентированными на специальные рынки. Но этим реклама не ограничивается. Ведь реклама должна реализовывать свой продукт, развивая динамику [всей] социальной системы массмедиа, а не только, как это в типическом случае имеет место с другими продуктами, посредством технической или физико-химико-биологической способности удовлетворения определенной потребности. Итак, в области рекламы экономика настолько же зависит от системы массмедиа, насколько последняя зависит от экономики; и, как это типично для случаев структурных сопряжений, здесь невозможно установить никакой предметно-логической асимметрии, никакой иерархии. Можно лишь, аналогично термостату, констатировать наличие кибернетического круга, где уже от наблюдателя зависит мнение: регулирует ли система отопления температуру в помещении с помощью термостата или температура помещения с помощью термостата управляет функционированием системы отопления.[7]

В случае развлечения эта же ситуация несколько теряет однозначность. Его принцип разрешения самопроизведенной неопределенности средствами информационных рядов обнаруживается и в искусстве, прежде всего в романе, но также и в музыке, танце, театре. Поэтому напрашивается мысль, что развлечение надо истолковывать как тривиальное искус-

ство. Но что же тогда означает это различение «тривиальное/нетривиальное»? Предположительно, это различие состоит в проблематизации информации, или, точнее, в вопросе о том, наблюдается ли также и самореференция информации или нет. В случае самореферентности информация в рекурсивной сети удостаивается названия произведения искусства, то есть относится к тому, что селекция именно этой информации (и никакой другой) вносит в игру форм в произведении искусства. В случае тривиальности информация переживается лишь как нечто удивительное, как приятное снятие еще открытых неопределенностей. Поэтому нисколько не исключается возможность переживать произведения искусства как тривиальные или тривиально их копировать, отказываясь от рефлексии сопутствующих возможностей, исключенных благодаря информационному ряду. В пользу этого не в последнюю очередь говорит тот факт, что в развлечении многое вымощено камнями, из которых первоначально должны были создаваться произведения искусства.[8] Здесь едва ли можно говорить о взаимных структурных сопряжениях, ибо невозможно увидеть, что приобрело бы искусство от его тривиализации в качестве развлечения, — пусть даже в смысле некоторого дрейфа в направлении к формам, которые все меньше годятся для развлечений, то есть в смысле настойчивого принуждения к различию. Однако это приложение развлечения к системе искусства допускает наблюдение, а значит, — и более или менее широкую зону, в которой отнесенность (Zuordnung) коммуникации к искусству или к развлечению становится неоднозначной и отдается на откуп установкам наблюдателя.

С иной ситуацией мы вновь сталкиваемся в области новостей и репортажей. Здесь наличествуют четкие структурные сопряжения между медийной системой и системой политической. Политика получает выгоду от «упоминаний» в массмедиа и одновременно из-за этого раздражается (как Андреотти из-за карикатур Форратини). Массмедийные сообщения чаще всего требуют некоторой реакции со стороны политической системы, которая, как правило, снова воплощается в виде массмедийного комментария. Поэтому одни и те же коммуникации получают одновременно и медийную, и политическую релевантность. Но это существенно всегда лишь применительно к отдельным событиям и только ad hoc. Ибо дальнейшая переработка протекает в политической системе — прежде всего в условиях демократии и оппозиции, существующей в форме партий, — на совершенно иных путях, нежели в массмедиа, где речь идет о своего рода истории с продолжением. Эти различные рекурсивные сети в конечном счете означают, что такие события, которые наблюдателю первого порядка могли бы представляться лишь как что-то единственно-определенное, как «политическая новость», все же могут идентифицироваться абсолютно по-разному в зависимости от того, в какой системе осуществляется идентификация.

Аналогичные структурные сопряжения можно констатировать в отношении массмедиа и спорта. Другие тематические области (искусство, наука, право) затрагиваются скорее как маргинальные: в типичной ситуации (но лишь в единичных случаях) правовая система испытывает раздражение в случае вынесения массмедиа досудебного приговора или в случае такого рода корреспондентских сообщений,

которые с точки зрения «ответственности за последствия» едва ли могут быть проигнорированы в ходе дальнейшего формирования юридического суждения.[9] Характерным случаем был «проигранный процесс Родни Кинга» в Лос-Анджелесе в 1992—1993 годах. Во всяком случае, расчлененность области новостей вытекает не только из специфической родовидовой логики, но и из тех возмущений, которые она порождает в других системах общества, и в типичном случае — в форме системно-системной координации.

Last, but not least: во всех программных областях массмедиа не стремятся выстраивать *консенсусные* конструкции реальности, — а если и ставят такую цель, то успеха не достигают. Их мир в изобилии содержит и воспроизводит различия мнений. Это происходит не только в тех случаях, когда сообщается о конфликтах, когда напрашивается подозрение в манипулировании или демонстрируются исключительно личные перспективы реальности «жизни».

Массмедиа всегда — и без исключений — работают над своей собственной дискредитацией. Они сами комментируют, оспаривают, сами поправляют себя. Темы, а не мнения имеют решающее значение. О «смерти лесов» говорится так много потому, что мы в конечном счете знаем лишь то, что не знаем причины этого явления, хотя в любом случае известногчто об этом есть много различных мнений. Ввиду комплексности тематик и обсуждений не помогает и сведение (Zurechnung) различий мнений к [различиям] в жестко заданных структурах, скажем, в социальных слоях или идеологических пристрастиях. Мы учимся лишь наблюдать наблюдение и переживать сам конфликт во всех ожидающихся разногла-

сиях как реальность. Чем больше информации, тем значительнее неопределенность и тем больше искушение утвердить собственное мнение, идентифицировать себя с ним и оставить его без изменений.

Какие выводы должна сделать теория, исходя из такого описания?

Можно, пожалуй, исключить, что названные программные области образуют ту или иную собственную, операционно-замкнутую (!) функциональную систему.[10] Однако едва ли было бы убедительным и то представление, будто бы всякий раз речь идет лишь о придатке тех или иных других функциональных систем, которые пользуются системой массмедиа, словно техническим средством распространения своих коммуникаций. Тогда остались бы неучтенными собственная динамика и «конструктивистский» эффект этих средств [распространения]. Ведь последние — как социальные коммуникации с далеко идущими последствиями — нельзя редуцировать к чистой технике. Этих проблем можно было бы избежать, если исходить из предположения о дифференциации системы массмедиа на уровне их программ.

Это позволяет выработать представление, что система использует свои программы, чтобы диверсифицировать свое отношение к другим функциональным системам общества; это протекает на *структурном уровне,* ибо контакты *на уровне операционном* — исключены. Подобные аранжировки известны и в других функциональных системах. К примеру, правовая система, чтобы уметь разделять отношения с самой собой, политикой и экономикой, дифференцирует источники юридической силы своих программ в соответствии с судопроизводством, законодательством и договором.[11] Также и система искусства различает

виды искусства (изобразительное искусство, поэзия, музыка и т. д.), выделяемые в соответствии с тем, какие средства (медиумы) восприятия внешнего мира в них используются. Во всех этих случаях мы обнаруживаем одну и ту же трудность понимания системы как единства в этой дифференциации. У юристов существует проблема понимания «права судьи» и даже договора как источников права, а система искусства вообще лишь во второй половине XVIII века получает описание в виде системы «изящных искусств», и даже после этого, вплоть до сегодняшнего дня, продолжаются споры о том, относится ли к ней литература или нет.

Разделение массмедиа на программные области, впрочем, как и дифференциация внутри программных областей, делают очевидным распад того порядка, который ранее характеризовался как классовое общество, и тем самым, со своей стороны, способствуют разложению классовой структуры. Это не означает, что отныне знаменитости потеряют свои отличия от других или что запущен процесс нивелирования. Однако фракционность внушения [социальной] значимости разрушает иллюзию *сплошного* превосходства или подчиненности (Unterlegenheit) различных слоев населения. Массмедийное производство покоится не на квазифеодальной классовой структуре, а на ролевой дополнительности аранжировщиков и представителей публики, заинтересованных каким-либо сектором. Благодаря этому снова и снова упоминаемые имена и постоянно всплывающие лица из политики, экономики, спорта и шоубизнеса группируются раздельно. Мы видим дома и меблировку, очевидно купленные, а не полученные по наследству, которые не позволяют сделать заклю-

чение относительно образования или влиятельности [их собственников]. Таким образом, страты, выделяемые на основе происхождения, замещаются фракциями знаменитостей; а утверждение о том, что будто бы где-то «из-за кулис» воздействует невидимая власть, относится к мифологии модерна, которая объясняет зрителю тот факт, почему сам он не был отмечен [таким же общественным признанием]. Если таким образом конструируется и получает все новые подтверждения общественная реальность, то у никакой власти нет силы, чтобы этому противостоять. Потребности в упрощающих объяснениях переводятся в те qualitas occulta,[12] которые делают возможным редуцирование воспринятой реальности к схеме власти и жертвы.

Мы можем подвести итог нашего анализа: функциональные системы идентифицируются как единство на уровне своего кода, то есть посредством своего первичного различия, а свои отношения к внешнему миру они дифференцируют на уровне своих программ. Различие кодирования и программирования в рефлексии системы одновременно является различием идентичности и различия. Разработка и степень еще допустимой дифференциации программ зависят от специфической функции системы, а также от общественных условий их обособления.

X. индивиды

Итак, если многое говорит в пользу дифференциации программных областей новости/репортажи, реклама и развлечения, то что же свидетельствует об их объединении в одну и ту же функциональную систему?

В пользу этого можно было бы привести печатнотехнические и радиотехнические основания, ибо для того чтобы обособиться от интеракционных контекстов повседневной жизни, массмедиа во всех случаях используют одну и ту же технологию. Другие основания вытекают из общности кодирования «информация/неинформация» и общей функции системы. Это важные, но крайне формальные признаки, которые почти не раскрывают смысла дифференциации типов программ. Остается вопрос: почему именно так, почему не иначе?

Если искать более конкретное объяснение, то бросается в глаза, что дифференциация прорисовывает формы, в которых современное общество предоставляет в распоряжение коммуникации индивидуальные мотивационные состояния. Это объяснение предполагает, что под «мотивом» понимаются не психические или даже нейрофизиологические каузальные факторы; речь идет исключительно о коммуникативных способах представлений, то есть о том, как в коммуникации рассматривается это приписывание индивидам [их мотивов].[1] Ведь коммуникация относительно мотивов должна смириться с тем, что фактически в ней невозможно выявить и ве-

рифицировать гипотетические каузальности. Речь, следовательно, можно вести лишь об «основаниях» действий, которые эксплицитно или имплицитно относятся к индивидам, однако с операционной точки зрения представляют собой артефакты общественной коммуникации и лишь как таковые могут соучаствовать в порождении дальнейших коммуникаций, — о чем бы при этом индивиды ни помышляли.

Новости и репортажи предполагают наличие индивидов как когнитивно-заинтересованных наблюдателей, которые лишь принимают к сведению то, что им демонстрируют. Вместе с тем массмедиа компенсируют эту гипотетическую пассивность благодаря тому, что они атомизируют (singularisieren) отдельных акторов, о которых они сообщают, представляя их причинами собственных действий. Тем самым регистрируется, что лишь лица, получившие социально признанную известность, способны совершать значимые по своим последствиям поступки или, напротив, фиксируется какое-то необычное, примечательное, зачастую криминальное, индивидуальное поведение. В обоих случаях зрителя имплицитно удерживают от того, чтобы он делал выводы о самом себе. Тем самым получает подтверждение его пассивная роль как одного из многих миллиардов и одновременно, как исключение, — его индивидуальность.

Реклама полагает индивида в качестве существа, калькулирующего свою пользу. При этом она исходит из описывающего всех индивидов единого мотивационного образца, начиная с XVII столетия доказывавшего свою применимость в теориях политической экономии, а потом — ив современной денежной экономике. Эти теории должны создавать абстрак-

ции, поскольку для объяснения функционирования хозяйства необходимы концепции мотивов, которые могут описывать индивидов в различных позициях по отношению к трансакции: как кого-то, кто непосредственно удовлетворяет свои желания, так и того, кто лишь получает деньги; как кого-то, кто покупает, так и того, кто не покупает и сохраняет свои деньги или тратит их как-то иначе. Предполагаемое мотивационное состояние, вопреки своему единообразию, льстит индивиду, поскольку описывает его как господина над своими собственными решениями, то есть как слугу лишь своих собственных интересов.

Совсем по-другому дело обстоит с развлечением. Для индивидуализации мотивационных состояний здесь был выбран медиум нарративной фиктивности. Здесь индивиды предстают с биографией, проблемами, с самопорожденными жизненными ситуациями и жизненными самообманами, с (понятной для наблюдателя) потребностью вытеснения, неосознанности, латентности. Медиум фиктивности имеет то преимущество, что он может осуществлять конкретизации или по меньшей мере их намечать, одновременно предоставляя читателю или зрителю возможность самим решать, желают ли они или не желают извлекать из этого выводы о себе самих или знакомых им лицах. Подобные исторические образцы начинают формироваться уже в театре раннего модерна, позднее — в современном романе и в обуржуазившейся культуре рассказа (Verburgerlichung der Erzahlkultur), а затем, в завершение этой традиции, они перетекают в психоаналитический метарассказ, в рассказ об «экономии» (!) бюджета психической энергии, которая, правда, должна считаться не с долгами, но скорее с вытеснениями и возмуще-

ниями со стороны бессознательного. С помощью этого инструментария массмедиа — на всех уровнях тривиальности и рафинированности — могут распространять «еще не реализованные» предложения, из которых индивид может выбирать то, в чем он психически нуждается и что он может выдержать, — так же, как он выбирает из предложений рекламы.

Значение персональной индивидуализации становится еще более отчетливым и очевидным, если учитывать временные отношения в рассказах с заложенным в них напряжением. С одной стороны, выступающие в рассказах лица становятся все более знакомыми, имеют имена, действуют, открывают что-то из своего прошлого. Они индивидуализируются благодаря своей собственной истории. С другой стороны, мы все-таки не знаем, как они будут действовать, особенно в неизвестных ситуациях и в связи с еще неизвестной провокацией со стороны других лиц. Так, в индивидуальных лицах знакомое или всего лишь узнаваемое, во всяком случае, неизменное прошлое сопрягается с неизвестным будущим. Персоны символизируют единство схемы «известное/неизвестное», интерпретируемой через временное различение прошлого и будущего. Они тем самым словно абсорбируют внимание ко времени и служат его осязаемыми символами. В своих действиях они интегрируют прошлое и будущее и должны вести себя индивидуально, то есть быть различимыми для того, чтобы было ясно, что это может происходить самыми разными способами. *Однако остается непроясненной другая сторона этой формы наблюдения времени, а именно — что, вероятно, могли бы существовать и совершенно иные возможности разделения и реинтеграции прошлого и будущего —*

например, средствами организации. Кроме того, остается необъясненным и то, почему в различных программных областях исторически развивались такие разнообразные формы учета индивидуальных мотивов, хотя уже можно понять некоторую структуру. Во всех случаях речь идет о «взаимопроникновении» («Interpenetration»), то есть о возможности учитывать комплексность индивидуального формирования сознания внутри общественной коммуникации.[2] Также во всех случаях решение этой проблемы принимает в конце концов парадоксальную форму. Ведь участвующий в коммуникации индивид одновременно индивидуализирован и деиндивидуализирован, то есть приобретает свойства единообразия и фиктивности (uniformisiert und fiktionalisiert) таким образом, что коммуникация может продолжать принимать в расчет индивидов, без осуществления таких операций, в результате которых каждый индивид становился бы для себя самого уникальной операционально-замкнутой системой. Дифференцированное предложение со стороны массмедиа делает возможным оснащение общественной коммуникации средствами непрерывного соотнесения индивидов и не требует при этом обращать внимание на специфику других функциональных систем. Системе массмедиа не нужно превосходить персонализации семейных систем или анонимизацию системы экономики. Достаточно тех стандартизации, которые выбираются так, чтобы задействованный в этом индивид мог сам определять и выбирать смысл своего участия — или выключить [телевизор] (abzuschalten).

Следовательно, во всех программных областях средств массовой коммуникации подразумевается присутствие «человека», — но, естественно, не в ви-

де реального воспроизводства его биохимического, иммунологического, нейробиологического или сознательно-психического процесса, а лишь в виде социального конструкта. Этот конструкт «когнитивно более или менее информированного, компетентного в решениях, морально ответственного» человека необходим в функциональной системе массмедиа для того, чтобы постоянно и непрерывно подвергать саму себя раздражениям, исходящим из перспективы биологического и психического внешнего мира человека.[3] Как и в других функциональных системах, этот внешний мир остается операционно-недостижимым, он не может включаться по частям и именно поэтому требует постоянных «прочтений». «Характеризация»[4] людей, непрерывно воспроизводимая указанным способом, обозначает на внутренней стороне системных границ массмедиа пункты, в которых вступают в силу структурные сопряжения с внешним миром людей. Таким образом, страсти миллиардов психических событий переводятся в форму, которая допускает их дальнейшее использование внутри массмедийной системы и новое психическое прочтение в ряду различий, которые из этого вытекают. Как всегда бывает при наличии структурных сопряжений, эти отношения оказываются слишком комплексными для представления в понятийных рамках линейной каузальности или репрезентации. Напротив, они не возникают произвольно и не модифицируются в свободной форме. Коэволюция социальных и психических систем нашла для себя формы, которые на обеих сторонах [их отношения] воспроизводят высококомплексные системы с собственной динамикой и сохраняют открытость для дальнейшей эволюции.

В системе массмедиа эта конструкция человека воспроизводит миф об их службе этому человеку. Этот человек «заинтересован» в информации, и даже в важнейших для его жизни вещах зависит от нее. Итак, он должен быть информирован. С моральной точки зрения, он предрасположен к искушениям, а значит, должен непрерывно руководствоваться различением плохого и хорошего поведения. Его влечет неуправляемым потоком отношений; а следовательно, ему следует предоставить возможность принятия решений или — используя выражение известного медиаконцерна — предложить «духовные ориентиры». Эти смыслоположения нисколько не устарели и после того, как печатные издания были дополнены массмедийным производством образов. Но они все больше служат и для дополняющей интерпретации знакомых лиц (зачастую также тел и движений) и имен. Хотя об этом у нас имеется очень мало эмпирических знаний, это может приводить к некоторому упрощению и одновременному утончению используемых конструктов.

Было бы досадным недоразумением представлять это «конструктивистское» изображение проблемы «система/внешний мир» как чистый самообман средств массовой коммуникации. Ведь это предполагало бы, что по ту сторону иллюзии существует еще какая-то реальность, которую можно было каким-то образом достигнуть. Однако и это было бы не то представление, которому можно было бы поверить на слово. Это, скорее, успешная попытка привести к созвучию самореференцию и инореференцию при наличии очень строгих системно-специфических условий.

XI. КОНСТРУКЦИЯ РЕАЛЬНОСТИ

Итак, мы возвращаемся к основной проблеме нашего исследования, к вопросу о конструкции реальности современного мира и его общественной системы. В повседневной жизни обычно предполагают, что мир таков, каков он есть, и что различия во мнениях есть результат разнообразия «субъективных» перспектив, опыта, воспоминаний.[1] Нововременная, посттеологическая наука еще более усилила эту предпосылку и попыталась обосновать ее методологически. Если естественные науки этого столетия уже поставили эту предпосылку под вопрос, социальные науки даже и там, где они прибегают к «теории хаоса» и тому подобному, видимо, все еще находятся в поисках «той самой» реальности и допускают лишь некий исторически, этнически или культурно обусловленный релятивизм.[2] Ведь для того чтобы могли проводиться какие-либо исследования, должен наличествовать какой-то «предмет», к которому оно могло бы относиться; ибо в противном случае постоянно говорили бы сразу о многом и всегда — поразному. Но разве для преодоления этого возражения не достаточно предположения о том, что система обладает памятью?

Но потом оказывается, что такой системой, гарантирующей обществу становление реальности, не может быть лишь система науки. Скорее, надо было бы вспомнить о знании мира, которое производит и воспроизводит система массмедиа. Вопрос звучит так: какое описание реальности производят массмедиа,

если исходить из того, что они активно функционируют во всех трех программных областях? И если бы об этом можно было вынести суждение, это тотчас повлекло бы за собой следующий вопрос: какое общество возникает в том случае, если оно длительное время и непрерывно таким образом информирует себя о самом себе?

Задавая вопрос об общих чертах метода селекции [информации], мы сначала сталкиваемся с распространенным предположением о ценностном (wertmassigen) или нормативном характере предварительного отбора. Например, Толкотт Парсонс усматривал в этом условия возможности действий и их систем. Эту возможность, естественно, нельзя исключать, но она мало что может объяснить; она проявляла бы себя чересчур грубо, распознавалась бы чересчур легко и тотчас провоцировала бы появление противоположных критериев. Ведь существуют и другие формы селекции, воздействующие более скрыто и в то же время — с большей неотвратимостью. Это существенно для категоризации любого рода, а значит, для изображения конкретных положений дел в более общих понятиях; это важно и для каузальных атрибуций, т. е. для дополняющего изображения (Mitdarstellung) причин и/или следствий тех или иных рассматриваемых феноменов. Аналогично тому, как смысл может обсуждаться в коммуникации всегда лишь в контексте генерализаций, которые, конечно, допускают вариативность от относительно-конкретного до относительно-общего, так и каузальность может изображаться лишь благодаря вычленению определенных причин (либо определенных следствий). В каузальной атрибуции речь ни в коем случае не

идет об одних лишь не удостоверенных предположениях в сравнении с другими, также возможными объяснениями, а о том, что селекция неизбежно исключает и причины причин и следствия следствий.[3] Диспозиционность высвечивания [тех или иных причин и следствий] может варьироваться в силу идеологических или нормативных предрассудков, но и при наличии серьезных усилий по сохранению нейтральности эта диспозиционность остается неизбежной ввиду известных ценностных конфликтов. Конфликты мнений, которые протекают в массмедиа, очень часто осуществляются поэтому в виде операций с различными каузальными атрибуциями и благодаря этому приобретают вид компактной, более не разложимой связи фактов. И наоборот, редуцирующие каузальные атрибуции в свою очередь порождают оценки, эмоции, призывы, протесты (что, возможно, происходит чаще). И то и другое существенно для новостей и репортажей, а также — для инсценировки повествований и для рекламы, которая в области каузального (если она вообще тематизируется) упоминает лишь то, что свидетельствует в ее пользу.

В целом можно констатировать, — и это касается как интеракции среди присутствующих лиц, так и массмедийной коммуникации, — что экономия и темп коммуникаций всегда требуют отнесения к смысловым комплексам (к «гештальтам» в смысле гештальтпсихологии) и что поэтому коммуникация никогда не сможет вновь достичь того смысла, который она предлагает для понимания, так что в нормальном случае и не может быть отделено друга от друга то, что относится к информации, и что - к сообщению.[4] И в конечном счете это означает, что по-

дозрение в предрассудках или манипуляции хотя и воспроизводится непрерывно, но как проблема никогда не может действительно разрешиться с помощью соответствующего различения.

Всякий более точный анализ и, прежде всего, эмпирические исследования должны, видимо, исходить из той области, которая самым непосредственным образом служит отображению реальности, таковым провозглашается и воспринимается: из сферы новостей и репортажей. Здесь воздействуют вышеназванные факторы селекции, и прежде всего те, что ориентированы на дисконтинуальность и конфликт. Если под такими факторами селекции мы понимаем двухсторонние формы (Zwei-Seiten-Formen), становится понятно, что другая сторона формы, ее антоним, остается неосвещенной. Тогда в изображении общества выявляются прежде всего разломы, — либо по оси времени, либо в социальном измерении. Соответственно, конформность и согласие, воспроизводство всегда тождественного опыта и константность рамочных условий — остаются недопроявленными. Профессиональные умения массмедийных дизайнеров (Mediengestalter) вынуждают предпочитать беспокойство покою. Заставляет задуматься уже то, что для самоописания общества вообще выбирается эта ось, а не какая-то другая, и если она выбрана, то уже едва ли возможна какая-то другая опция, — кроме той стороны, на которой протекает действие («where the action is»). Благодаря этому типу самонаблюдения общество требует от себя самого постоянных инноваций. Оно порождает «проблемы», требующие «решений», которые порождают «проблемы», требующие «решений». И именно благодаря этому оно вместе с тем воспроизводит темы, которые могли бы

подхватываться массмедиа и трансформироваться в информации.

Эта односторонность может *компенсироваться лишь самими массмедиа,* а именно *предпочтением моральных оценок.* Применительно к американским отношениям эффект этой дистанционной социализации (Fernsozialisation) получил обозначение «moral intelligence". Оно включает в себя требование сопротивляться определенным условиям, выдерживать трудности, а в случае необходимости ломать правила.[5] Однако в конечном счете должно остаться распознаваемым, кто является хорошим, а кто плохим. То, что в виде реальности не получает достаточной значимости, предлагается в виде морали, в виде требований. Поэтому консенсус нужно предпочитать разногласиям (Dissens), надо уметь сглаживать конфликты (ведь речь и так идет всего лишь о ценностях), а отношение к реальности, преимущественно ориентированное на квантитативности (— как можно больше добра, как можно меньше зла) нейтрализуется «вопросом о смысле». Тогда дело выглядит так, будто бы сущность морали, состоит в том, чтобы выбирать опции мира, компромисса, солидарности, смысла. Однако это вовсе не так с исторической и эмпирической точек зрения. Не существует никаких, заключенных в самой морали, оснований отказываться от морального поощрения борьбы с врагами, различений между in-group и out-group, размежевания с чужеродными позициями.[6] И здесь массмедиа, видимо, определяют способ прочтения мира и присовокупляют к этому описанию моральные перспективы. Выделение консенсуса, солидарности, ценностей, смыслоисканий с акцентированием их возможной утери начинается лишь во второй половине XIX

века, в эпоху массовой печати и всеобщего распространения грамотности (Literalitat) среди нижестоящих слоев, своего рода пастеризации целостного общества, — или того, что под ним понимают.

Можно было бы предположить, что эта проникновенная сосредоточенность (penetrantes Insistieren) на морали связана с кодированием информация/неинформация или с односторонней презентацией форм, другая сторона которых хотя и предполагается, однако не получает одновременного изображения; она, таким образом, связана с замалчиванием невозбужденной нормальности, а значит, с парадоксальностью заключенного в уме Иного, — включенного как исключенное. Ведь мораль в нормальных обстоятельствах совершенно не нужна, она является неизменным симптомом проступающих патологий. Вместо ориентации на естественно-понятное коммуникация выбирает форму морали — как чего-то такого, что одновременно является и фактическим, и не-фактическим; как нечто, что требует постоянного напоминания о себе; как то, что отсутствует и именно поэтому не может быть подчинено чему-то, находящемуся внутри или вовне. Как только был создан этот переход, это отклонение в сторону морали, оно стало протекать как бы самостоятельно, словно под уклон, иногда чересчур быстро. В этом случае мораль служит своего рода дополнением селективности в компенсаторном смысле Одо Маркварда, то есть предлагается «вместо того».[7] Это могло бы объяснить, почему мораль и даже ее рефлексивная форма — этика — производит ныне впечатление устаревшей и обветшалой и, очевидно, интересующейся лишь патологическими случаями. Соответственно, отдельные случаи объединяются терминами типа

«коррупция», и можно лишь согласиться с давней догадкой Жана Поля: «Ангелы все еще могут падать, а черти — множиться».[8] Мораль нуждается в очевидно-скандальном, — такие эпизоды ее омолаживают; она нуждается в массмедиа и в особенности — в телевидении.

Даже если это и является балансом, уравновешивающим себя в себе самом, в его основании лежит высокоселективная схема. Реальность описывается таким способом (и это осуществляется исключительно в модусе поиска истины), который вызывает ощущение необходимости ее уравновесить. Непрерывному воспроизводству того, что «есть», противопоставляется то, что «собственно должно быть». Институционально-предполагаемая противоположность партий, дающая политической системе возможность менять местами правительство и оппозицию, настолько интенсивно представлена в новостях дня, что постоянные значения сферы ответственности политики неизбежно выглядят неполными (defizitar) и нуждаются в напоминании [о себе]. «Политический класс» (как пренебрежительно говорят в последнее время) не справляется с великими задачами эпохи. Охота за большими деньгами, карьерными заслугами, репутацией, рейтингом, высокопрестижным образованием представляется настолько доминирующей, что рецессивный фактор «смысла жизни» (как в эволюции) вынужден использовать мораль, чтобы вновь вступить в игру. Однако дефицит реальности, пусть и воображаемый, не может быть уравновешен нормативным. Если некоторая тема морализируется, возникает впечатление, что эта тема нуждается в этом, *поскольку реальная реальность является другой.*

Описание общества, представленное в новостях и репортажах, не является единственно эффективным. Как реклама, так и развлечение содействуют этому, а именно посредством индивидуальных установок и готовностью к коммуникации, т. е. весьма косвенным образом. Реклама с неизбежностью распространяет свою коммуникацию через столь многие предметы и столь многие адресаты, что каждый должен получить впечатление, что есть нечто более красивое и лучшее, нежели то, что он сам способен приобрести. Ограничения достижимого теперь предстают опыту не как божественно предписанная естественная необходимость и проверка; они [больше] не регулируются жесткими сословными границами, задававшими рамки, которые ограничивали то, с кем и в чем можно осмысленно сравнивать самого себя. Исчезло религиозное и стратификационистское регулирование имитационных конфликтов в смысле Жирара.[9] Вместо этого ограничения переживаются как следствие недостатка покупательской способности. Поначалу могло складываться впечатление, которое раздражало индивидуальные системы сознания и перерабатывалось в них в высшей степени разнообразными, системно-обусловленными способами. Однако, поскольку речь идет о массивных и стандартизированных воздействиях, можно предположить, что тем самым подвергаются влиянию и условия правдоподобности социальной коммуникации. Ведь чтобы вступить в коммуникацию, индивиды и так осуществляют по отношению друг к другу подстановку общности опыта — вопреки совершенно индивидуализированному, идиосинкразийному способу операций их систем сознания. Всемирное разложение аграрно-ремесленных семейных хозяйств и воз-

растающая монетарная зависимость в удовлетворении любых потребностей создают для этого фон опыта, который легко впитывает в себя предлагаемые в массмедиа представления. Тогда общество предстает в виде некоего порядка, в котором в больших объемах наличествуют деньги, но каждому их не хватает. Что же будет тогда более уместным, чем заключение о несправедливом распределении?[10] Поэтому и возникает спрос на объяснения этого обстоятельства и предложения по возможностям переустройства.

И массмедийное развлечение способно косвенным образом воздействовать на то, что конструируется в виде реальности. Долгое время, во всяком случае, в XVII и XVIII столетиях, чтение романов рассматривалось как отвлечение, как развлечение, а его опасность усматривали лишь в том, что оно делало людей непригодными для деятельной жизни.[11] Прототипами были Дон Кихот и — как всегда — женщины, подвергающиеся опасности, навлекаемой чтением романов.[12] Уже в критике романического чтения широко распространился топос, что [в них] не выдерживается разделение реальной реальности и реальности фиктивной. Однако именно этот пункт, в свою очередь, нашел отражение в романе и был противопоставлен аутентичному отношению к миру — так, как будто эту опасность можно было бы избежать именно благодаря тому, что читатель через чтение получал совет — стараться быть аутентичным.[13]

Кино и телевидение обостряют эти проблемы, да и роман — как диагноз времени (в отличие от авангардистских экспериментов), кажется, имеет своей целью внушить читателю, что [воспринимаемый им] опыт является его собственным. Тот, кто этому подвергается, потом может коммуницировать так,

как будто бы он и сам знал об этом. Различие между внутренней и внешней сторонами фикции, между устным повествованием или киноисторией, с одной стороны, и автором, машинерией публикаций и адресатом, — с другой, стирается непрерывным пересечением этой границы. Одна сторона копируется в другой, и это создает возможность коммуникации, основанной на общей искусственности опыта. Возникают крайне запутанные смешения реальной и фиктивной реальности,[14] которые, однако, рефлексируются как развлечение, предстают в виде эпизодического опыта и остаются без последствий. Чем большую роль играет при этом «воспринятое», то есть телевидение, тем активнее коммуникация опирается также и на имплицитное знание, которое даже невозможно представить в коммуникативной форме. Если Просвещение еще исходило из того, что общность состоит в коммуникативном интересе разума, а трансцендентальная теория даже утверждала, что самореференция допускает генерализацию до всеобщего априори субъектности,[15] то сегодня носителем коммуникации может быть — уже не контролируемое субъективно — наглядное знание (Anschauungswissen), общность которого порождена массмедиа и направляется их модой. Привлечение и поддержание в бодром состоянии (недостаточного) внимания участников благодаря тому, что им предлагается делать заключения об их собственной жизни, так сказать, формировать переживания типа «да, так оно и есть», — может стать прямо-таки программной точкой зрения индустрии развлечений. К индивидуальности собственного сознания отдельных лиц пытаются тогда приблизиться посредством диверсификации программ.

5-1070

То, что эти три программные области — новости/репортажи, рекламу и развлечение — массмедиа реализуют одновременно при помощи весьма различных способов конструирования реальности, усложняет понимание целостного совокупного эффекта, обусловленного массмедийной системой [в целом]. Их важнейшая общая черта, возможно, состоит в том, что в процессе выработки информации массмедиа вместе с тем открывают горизонт самопорожденной неопределенности, которая должна обслуживаться все новыми и новыми информациями. Массмедиа усиливают восприимчивость общества к раздражениям, а тем самым — и его способность перерабатывать информацию.[16] Или точнее: они усиливают комплексность смысловых связей, в которых общество подвергается раздражению со стороны самопроизведенных различий. Ведь восприимчивость к раздражениям порождается либо горизонтом ожиданий, который производит ожидания нормальности, которые, однако, в конкретном случае могут прерываться случайностями, инцидентами и катастрофами;[17] либо она порождается зонами неопределенности, которые воспроизводятся как нуждающиеся в непрерывном заполнении. В обоих случаях речь идет об аутопойезисе — о воспроизводстве коммуникации на основе ее результатов.

У такого (как и у всякого) аутопойезиса нет ни цели, ни естественного завершения. Информативные коммуникации, напротив, представляют собой аутопойетические элементы, служащие для воспроизводства именно таких же элементов. С каждой операцией репродуцируются дисконтинуальность, удивление, приятное или неприятное разочарование; и те структуры, которые воспроизводятся в ходе это-

го процесса и связывают его в знакомый и повторяемый (в противном случае информации не распознавались бы как различия), вместе с тем служат для его воспроизводства и в своих смысловых содержаниях ориентированы на это. Так, время становится доминирующим смысловым измерением, и в этом измерении различение будущего и прошлого оказывается именно тем исходным различением *до/после,* которое определяет время. То, что связывает прошлое и будущее, является всего лишь искусственно организованной хронометрией, а не чем-то таким, что по своей природной сущности могло бы быть необходимым или невозможным. Настоящим, этим дифференциалом обоих горизонтов времени, который сам по себе не является ни будущим, ни прошлым, является пространство, где фиксируются информации и принимаются решения. Однако настоящее в себе самом есть лишь точка преломления или лишь позиция наблюдателя, различающего прошлое и будущее. Оно вовсе не предстает во времени. Можно было бы предположить, что оно перенимает парадоксальность времени вневременного, — того, что до модерна мыслилось как вечность, как всеприсутствие Бога, наблюдающего все эпохи одновременно. Поэтому можно не удивляться, что такая модализация времени оказывает обратное воздействие на саму коммуникацию, прежде всего в двухколейной форме страхов и притязаний.

Можно исходить из того, что знания людей об обществе, а значит, о мире, и тем более то, что обсуждается в коммуникации с целью понимания, возникают именно таким образом. Однако с тематической точки зрения мы установили еще не слишком много — может быть, лишь то, что всякое определение

навлекает на себя подозрение в желании высказать чересчур многое. Здесь было бы недостаточно заявления об универсальном подозрении в идеологичности,[18] ибо и все научно подкрепленные положения, как только они претендуют на статус утверждений о бытии, подвергаются тому же подозрению. Однако можно говорить о некой генеральной адаптации модуса наблюдений второго порядка. Все, что нам сообщается, мы дешифруем, ориентируясь на того, кто это сообщает. При этом сфера новостей и репортажей скорее склоняет к подозрениям в мотивированности (которые, однако, чаще всего не принимают никакой определенной формы), а сфера развлечений, напротив, привлекает скорее к самонаблюдению в модусе второго порядка, к наблюдению собственного наблюдения. Как мир, так и индивидуальность и в этом случае воспринимаются все еще в виде конкретной целостности признаков, — однако всегда так, что приходится примысливать некоего наблюдателя, который подтверждает, что так оно и есть.

Речь при этом больше не идет о старой онтологической дуальности бытия и видимости, которая в принципе мыслилась как допускающая онтологическое разрешение или — в виде религии — указывала на сокрытого бога. Но речь идет о понимании реальности, которое полагает ее в виде двусторонней формы со сторонами «Что» и «Как», — того, «что наблюдается», и того, «как это наблюдается». И это точно соответствует наблюдению коммуникации применительно к различию между сообщением и информацией. Лишь если это различие положено в основу, можно что-то понять; а именно «понять» в смысле бесконечных возможностей изысканий на стороне

информации или на стороне схем (фреймов) и мотивов сообщающего.

Конечно, не следует утверждать, что всякий участник коммуникации, предлагаемой массмедиа, рефлексивно отдает себе отчет в том, что именно так он и переживает. Но речь не идет и о резервации для «образованных слоев». Всякое эмпирическое исследование может констатировать степень переработки этого двусмысленного характера знания. При этом наиболее простая форма раздражения может выступать в виде недоверия. Что бы ни создавала себе душа (Psyche) из этой формы раздражения — это остается ее собственным делом; и это обстоятельство также соответствует такой картине, что для этого не существует никакого правила, которое тотчас бы не приняло на себя все тот же груз недоверия. Ограничивающие воздействия в этих обстоятельствах могут оказывать только условия коммуникации. Лишь немногое из того, что протекает в сознании, может служить раздражением для коммуникации. Это определяет еще возможные формы интимности — всякое ощущение-собственного-одиночества (Sichalleingelassenfuhlen) именно в тех условиях, которые дают надежду на противоположное. Однако и это тысячекратно рефлексируется в системе массмедиа,[19] и тем самым становится знанием, которым мы обязаны чтению и кино.

Реальность массмедиа — это реальность наблюдения второго порядка. Она замещает те ориентиры знания (Wissensvorgabe), которыми в других общественных формациях формировались на основе выделенных позиций наблюдения: благодаря мудрецам, священникам, аристократам, городу, религии или этически и политически выделяющимся

формам жизни. Отличие [от современности] является настолько вопиющим, что нельзя говорить ни об упадке, ни о прогрессе. Модусом рефлексии и в наше время остается лишь наблюдение второго порядка, а именно наблюдение того, как общество, передающее свое самонаблюдение в ведение функциональной системе массмедиа, принимает такой способ наблюдения в модусе наблюдения наблюдателей.

Результаты этого анализа можно свести воедино в понятии *культуры.* Это понятие со времени своего возникновения в конце XVIII столетия объединяет рефлексивные и сравнительные компоненты. Культура знает о самой себе в самых мельчайших деталях и заявляет о том, что она является культурой. Она образует собственные сравнительно-исторические или национально обусловленные различения: раньше — в выставлении напоказ превосходства собственной культуры в сравнении с другими, ныне — скорее, в открытом и непринужденном допущении многообразия культур. Ведь именно благодаря этому многообразию можно столь же спокойно продолжать придерживаться собственной культуры. Модная ныне опция cultural diversity[20] одновременно легитимирует глубинную консервативную ориентацию на собственную культуру и исключительно туристическое отношение к иным культурам.

Именно в этом смысле — как переоформление всех и вся в некоторый знак для нее самой — культура есть продукт системы массмедиа и вместе с тем ее алиби. Преобладает, правда, противоположный тезис, будто как раз система массмедиа и, в союзе с ней, туризм разрушают аутентичную культуру. Но это всего лишь инверсия реальности, чисто оправдательное утверждение или также риторика, которая

взывает к (напрасному) поиску аутентичного опыта и через массмедиа дополняет информацию о туризме, посещениях музеев, иностранных танцевальных группах и тому подобном. Однако такие «дополнения» (Supplemente) в свою очередь ведут лишь в культурно-осознанные, то есть инсценированные миры.[21] Маркирование различия между тем, что известно благодаря массмедиа, и тем, что было действительно увидено (и сфотографировано) в определенном месте, то есть различие между телетуризмом и реальным туризмом, — само является массмедийным продуктом, который затемняет роль массмедиа как основания культуры. Странное выражение «sight seeing» было введено одновременно с изобретением фотографии и ротационной печати. Без воспроизводства не существовало бы никаких оригинальных творений, без массмедиа культуру нельзя было бы распознать как таковую. И то, что эта рефлексивная культура, сознающая себя саму как культуру, одновременно порождает и противоположную понятийность «подлинности», «идентичности» («Eigentlichkeit»), «спонтанности», — лишь подтверждает то, что речь идет здесь об универсальном феномене, включающем самореференцию.

Стоит еще добавить, что этим мы нисколько не утверждаем, будто культура в форме знака превратилась в товар. Подобные тезисы ведут к смешению системных референций. Вполне естественно, что нужно платить за газеты и посещения кинотеатров, за туризм и осмотр достопримечательностей.[22] Однако в этом отношении данная сфера операций остается рынком, частью экономической системы. Как таковая она отличается от других рынков, от других услуг, других продуктов. Соответствующие пережи-

вания и коммуникации становятся культурой лишь потому, что они предлагаются в виде знака культуры, что это берет свое начало как раз в институциализации наблюдения второго порядка в системе массмедиа.

Своим бесконечным дописыванием конструкций реальности масс-медиа подрывают все еще господствующее понимание свободы. Свобода — как и в естественном праве — все еще понимается как отсутствие принуждения. Как либеральные, так и социалистические идеологии использовали это понятие свободы и спорили лишь об источниках принуждения — о правовом государстве или капиталистическом обществе. Общественная «невинность» массмедиа, их безвредность, основывается на том, что что они никого не принуждают. Это относится ко всем программным областям, и прежде всего к рекламе. И все же в действительности свобода покоится на когнитивных условиях наблюдения и описания альтернатив с открытым, основанным на решениях, но именно поэтому и неизвестным будущим. Открытость для других возможностей встроена как конструкция в этот — сам по себе детерминированный — мировой процесс (что означает лишь то, что он такой, каков он есть). Психические и социальные системы сами создают свою способность выбора. Но это предполагает рекурсивно стабилизированную сеть избыточных возможностей,[23] то есть память. Мы знаем, что летать можно только самолетами, а не на ковре-самолете. Предлагаемые системой массмедиа конструкции реальности осуществляют, поэтому радикальные воздействия на то, что в обществе может наблюдаться как свобода, и тем самым прежде всего на вопрос о том, как в обществе

распределены шансы персонально приписываемых действий. Если свобода все еще определяется как отсутствие принуждения, то эта — конституирующая свободу — функция массмедиа остается латентной; она, по меньшей мере, не обсуждается. Можно лишь предположить, что массмедиа приводят к переоценке свободы других, в то время как каждому отдельному индивиду очень хорошо известны когнитивные ограничения игрового пространства собственной свободы. И этот дисбаланс в атрибуции свободы в обществе, которое необъятно расширило игровые пространства решений на всех уровнях и породило соответствующие неопределенности, может повлечь больше следствий, нежели вопрос о том, кто конкретно принуждается совершать или не совершать определенные действия.

XII. РЕАЛЬНОСТЬ КОНСТРУКЦИИ

Всякая конструктивистская когнитивная теория, в том числе и наша, сталкивается с возражением о ее несоответствии реальности. В традиционной схеме человеческих способностей познание отличалось от воли, и лишь за последней признавалась свобода самоопределения (произвол). Напротив, познание как бы встречается с сопротивлением реальности и не может выстраиваться случайным образом, не потеряв при этом своей функции. Это разделение труда, однако, терпит крушение уже потому, что, с эмпирической точки зрения, вообще не существует случайности; как и потому, что самодетерминация (автономия) возможна лишь в системе, которая отличает себя от внешнего мира, позволяет ему если не детерминировать себя, то, во всяком случае, раздражать. Тем самым, однако, более важным становится вопрос о том, как же должно пониматься сопротивление, которое реальность оказывает как познанию, так и воле. Если же мы захотели бы отказаться еще и от концепции сопротивления как индикатора реальности, то нам пришлось бы отказаться от понятия реальности или, разрывая с традицией, развить совершенно иную концепцию реальности.

И все же в этом нет необходимости. Уже Гегель рассматривал эту проблему в главе «Чувственная достоверность» своей «Феноменологии духа»,[1] но он предполагал еще и то, что эта проблема может быть разрешена благодаря всесилию духа (Superpotenz des Geistes). От этого [всесилия] остались лишь под-

вижность (Verschiebbarkeit, difference) всех различений, а значит, деконструируемость всех конструкций. В то же время и лингвистика, со своей стороны, предлагает в достаточной мере адаптированное понятие реальности, которое мы можем mutadis mutandis перенести в теорию общественной коммуникации и тем самым в теорию массмедиа. Если говорить кратко, она гласит: сопротивление языку может осуществляться только посредством самого языка, следовательно, если речь идет о языке, то он сам порождает свои индикаторы реальности.[2] Ничего другого мы и не формулировали при помощи понятия собственных [системных] значений. То же имело бы значение и применительно к состояниям внимания в системах сознания или к нейрофизиологическому способу работы мозга. Все оперативно-замкнутые системы должны порождать свои индикаторы на уровне их собственных операций; они лишены иной возможности. Внутри [системы] же может возникать сопротивление — как проблема непротиворечивости, которая, к примеру, интерпретируется как память, хотя она всегда проявляется лишь моментально и должна постоянно получать новую актуальность.

Чем больше (эволюционно-невероятных) предпосылок требуется для оперативного замыкания системы, тем более притязательные и специфичные тесты на реальность приходится ей выдерживать. В особенно яркой форме это проявляется в современной науке. Но столь же важно это и для системы массмедиа. Мы уже идентифицировали используемый здесь механизм. Он состоит в том, что мнения о состояниях и событиях в свою очередь рассматриваются как события. Благодаря этому система добавляет себе самой свежей крови — причем таким методом,

который точно согласуется с кодом и типом системных операций. Таким образом, система сама способна оказывать сопротивление собственным привычкам. Она может производить «трансформацию ценностей», способна оказывать предпочтение мнениям меньшинства, которые навязываются и сами по себе, возможно, прежде всего потому, что выступают в скандальной, конфликтной, девиантной форме и образуют таким образом «спираль молчания», описанную Элизабет Нёлле-Нойманн.[3] Итак, в отдельных случаях существуют весьма различные возможности, но все они сводятся к тому, что массмедиа оказывают сопротивление самим себе.

Другая возможность тестирования массмедийных конструкций реальности состоит в эмпирическом социальном исследовании. Вопреки широко распространенным предположениям, смысл такого исследования заключается не столько в центральной сфере научных изысканий, то есть в области верификации и фальсификации теорий,[4] сколько, напротив, в привлечении данных как оснований для решений в политике и экономике или, особенно, в коррекции стереотипов, которые развились и получили продолжение благодаря новостям и репортажам массмедиа, — скажем, о разочаровании (Demotivierung) и тенденциях «маргинализации» («Aussteiger»-Tendenzen) в молодежных кругах 1960-х годов или о масштабах недовольства среди населения в новых немецких землях. И в этой же связи следует расценивать стремление зримо представить долгосрочные изменения (или также лишь колебания), ускользающие от массмедиа. В этом заключаются особые достижения Института демоскопии в Алленсбахе, развитием которых, как известно, не хочет обреме-

нять себя ни один немецкий университет. Даже если адекватно оценивать независимость этих исследований, своим воздействием они обязаны только тому, что их результаты были подхвачены в массмедиа. В конечном счете речь, следовательно, и в этом случае идет о самокоррекции некоторой оперативно-замкнутой системы.

Значит, и здесь знак качества «реальности» может присваиваться лишь в рамках той системы, которая поначалу порождает неконсистентности, чтобы затем начать конструирование того, что следует полагать в качестве реальности. Подтверждение этому могут дать биологическая эпистемология, семиотика, лингвистика, да и социология, — и все они являются эмпирическими науками (а не науками о духе!). Вместе с тем этот радикальный конструктивизм все же ограничивается представлением о том, что на уровне наблюдения первого порядка невозможно различать между иллюзией и реальностью, а поэтому — и между реальной и воображаемой реальностью. (Логики, пожалуй, должны были бы заявить, что на этом уровне системы не располагают достаточными логическими значениями.) И хотя эту иллюзию можно распознать и представить, ее нельзя устранить так, чтобы она никогда больше не возникала. И даже наблюдение второго порядка должно осуществлять подстановку реальности для наблюдателя, которого оно наблюдает. Оно может его выбирать, но не в состоянии его выдумать. Это зависит всего лишь от того, что каждое наблюдение вынуждено работать с различением самореференции и инореференции и как-то замещать функциональную позицию инореференции. Другими словами, оно должно использовать это различение как свое слепое

пятно. Ведь оно не может видеть (наблюдать, обозначать), что это различение обязано своим существованием парадоксальности re-entry.

В отличие от субъект-ориентированных теорий познания, которые уже заявляли о недостижимости внешнего мира, но потерпели крушение применительно к проблеме множественности субъектов, операциональный конструктивизм опирается на рекурсивность собственных операций системы и в связи с этим на память системы, которая неизменно сопровождает все ее операции, проверяя их последовательность (не соотнося их с некоторым «субъектом», каким-то автором, каким-то Я). Если пришли гости и им наливают вино, нельзя внезапно решить, что бокалы суть непознаваемые вещи в себе и наличествуют лишь в виде субъективного синтеза. Но как раз наоборот: если есть гости и есть вино, то нужны и бокалы. Или если кого-то зовут к телефону, а человек с другой стороны спутниковой связи оказывается неприятным собеседником, ему нельзя заявить: «Что Вам, собственно, нужно? Вы же всего лишь конструкт телефонного разговора!» Таких вещей не *говорят,* поскольку предполагается, что коммуникация сама осуществляет проверки на непротиворечивость, и нужно оценивать то, как коммуникация будет реагировать на такого рода непривычные заявления.

Мышление, правда, оказывается слабым местом в континууме восприятия *мир,* так же как теория является слабым местом континуума коммуникации жир. Ведь на уровне мышления и уровне образования теорий проверки консистенции могут приводить к противоположным результатам. Как нейрофизиология, так и исследование языка принуждают акцептиро-

вать наличие оперативно-замкнутых систем, а значит, операциональный конструктивизм. Но вместе с тем нужно видеть еще и то, что восприятия и коммуникации зависят от экстернализаций и поэтому исключают информации, которые свидетельствуют против существования внешнего мира. Собственное аутопойетическое самовоспроизводство жизни и сознания индивидуальных участников не подвергаются никакому сомнению. Напротив, лишь в качестве внешнего мира (Umwelt) аутопойетической системы общества оно понимается в своей самобытности. «Я» как центральный фантом рекурсивности переживания и действия все еще питается от телесности всякого восприятия. Оно, однако, ощущает себя перенасыщенным (zusatzlich angereichert) и неуверенным благодаря тому, что оно узнает в массмедиа.

Все сказанное относится и к реальности массмедиа. Также и здесь ход операций не допускает, чтобы селективность публикуемых информации включалась в рекурсивность общественных коммуникаций (и об этом может быть известно). Мы реагируем так же, как уже цитированный нами Гораций: «So I have heard, and do in part believe it» («Я это слышал и отчасти верю»). Хотя в некоторых деталях можно сомневаться и каждый может найти возможность самому вступить в коммуникацию с особенными мнениями. Однако коммуникация в общественной системе не может выйти за рамки проверок консистенции, то есть исключить рекурсивность. Иначе она потеряла бы почти всякий повседневно необходимый смысл.

Споры о конструктивистских когнитивных теориях сильно потеряют в остроте, если уточнить комплексность этой ситуации и соответственно — применить к ней некоторое множество различений.

Социология и, прежде всего, теория общества приобретают тем самым преимущество: они более не зависят от догматики классических теорий познания, а напротив, обретают способность прослеживать то, как конструируется реальность и как она используется в виде опыта сопротивления, — повсеместно там, где образуются аутопойетические, оперативно-замкнутые системы. Так обстоит дело и в области массмедиа.

Возможно, важнейший результат этих размышлений кроется в выводе, что хотя массмедиа и порождают реальность, но она не нуждается в консенсусе. Они оставляют в неприкосновенности иллюзию когнитивно-доступной реальности. Однако «радикальный конструктивизм» прав в своем тезисе, что ни одна когнитивная система (неважно, оперирует ли она как сознание или как система коммуникации) не в состоянии в своих операциях достичь внешнего мира. Она вынуждена в собственных наблюдениях придерживаться своих собственных различений и тем самым различения самореференции и инореференции; и это важно не только для самой массмедийной системы, но и для всех психических и социальных систем, для которых она выступает в качестве раздражения. Но вместе с тем существенно и то, что ни одна когнитивная система не может отказаться от предпосылки реальности (Realitatsannahme). Ведь если бы всякое познание могло осуществляться как собственная конструкция и возводиться к практике различения самореференции и инореференции, то само это различение выявило бы свою парадоксальность и уничтожилось. Инореференция была бы тогда лишь одной из разновидностей самореференции. Благодаря своей собственной амбивалентности

представление о реальности обеспечивает протекание аутопойезиса когнитивных операций. Речь могла бы идти о некой иллюзии или о «принципе реальности» в психиатрическом смысле:[5] существенным остается то, что система в своих когнитивных операциях не постоянно, но лишь в исключительных случаях вынуждена различать между внешним миром, как он существует в действительности, и внешним миром, каким она его видит.

А какие могли бы быть исключения? Видимо, ныне, в современном обществе, которое обеспечивает себя знаниями о мире через массмедиа, произошло некоторое изменение. Согласно классической модели истинностной рациональности с ее логическими и онтологическими предпосылками, заботиться следовало лишь о том, чтобы избегать заблуждения. При этом причины заблуждения не играли никакой или лишь вторичную роль — а именно, в стремлении избежать повторения одной и той же ошибки. Исходили из того принципа, что заблуждение могло быть исправлено на основе самого его предмета, и рекомендовавшийся для этого метод специализировался на нейтрализации влияния индивидуальных особенностей когнитивных систем. В коммуникацию встраивалась забота о коррекции заблуждений. Для постдекартовского постфрейдистского мира Современности этого уже недостаточно. И хотя когнитивная система, которую теперь называют «субъектом», способна заимствовать самоподтверждение у всякого познания, будь оно истинным или ложным, все же в конечном счете она подтверждает этим свой аутопойезис. Но как раз это больше не приводит к прямому подтверждению значения реальности в познании. Механизмы самокоррекции

(Selbstberichtigungsmechanismen) дополняются механизмами самообвинений (Selbstbezichtigungsmechanismen). Это осуществляется посредством таких понятий, как «проекция», или с помощью высоколабильного различения между нормальным и патологическим. Эта экспансия подозрения в мотивированности в тенденции приводит к самопсихиатризации коммуникации. Это включает, как давно признается, и коммуникацию психиатров или других терапевтов, подвергающихся опасности профессиональной деформации. Различение между нормальным и патологическим четко не говорит о том, где здесь следует проводить границы. Лабильность этого различения, возможность его перемещения на все новые области подозрений, отражает именно эту функционально-необходимую амбивалентность понимания реальности. И психиатрия не может отказаться от реальности, гарантия которой каким-то образом обеспечивается миром (Welt), а иначе ей пришлось бы прекратить собственную деятельность. Другими словами, психиатрия не способна действительно признать, что, предполагая патологию, она всего лишь следует собственным проекциям. Она, по меньшей мере, должна будет предположить, что существуют более или менее болезненные патологии.[6]

Итак, выделение индивидуально раскрываемого мира, не нуждающегося в консенсусе, могло бы стать третьим решением этой проблемы, и именно это, видимо, является тем решением, которое предлагают и распространяют массмедиа. Нужно только допустить — и суметь отличить — собственный вид установки на реальность. Следует лишь предостеречь от того, чтобы принимать ее за общезначимую реальность, за реальность как таковую. Нужно уметь на-

строить собственные коммуникативные акты на это различие. Нужно вместе с другими уметь мыслить или коммуницировать[7] одновременно на двух уровнях (и под безличной формой «шап» здесь подразумеваются как психические, так и социальные системы). Индивидуализированная таким способом коммуникация не обязана ни представлять себя в виде заблуждения или патологии, ни отказываться от подвешенного в воздухе отношения к реальности. Она может абсолютно безобидно коммуницировать сама с собой и предоставлять дальнейшей коммуникации решать, следует ли ей обращаться скорее к мотивам сообщения или скорее к его тематике.

Если этот диагноз является адекватным, становится понятно, почему в данных коммуникативных условиях развиваются разного рода фундаментализмы. Можно выступить с заявлением: это — мой мир, мы считаем правильным то-то. Сопротивление, на которое при этом наталкиваются, выступает скорее в качестве усиливающего мотива, оно может способствовать радикализации и не приводит к сомнениям в реальности.[8] И в отличие от «энтузиазма» более старой модели[9] здесь нет необходимости ни опираться на божественное вдохновение, ни поддаваться противоположному утверждению об иллюзорности [реальности]. Достаточно сплавить собственное воззрение на реальность с собственной идентичностью и утвердить ее в качестве проекции. Ведь реальность и без того больше не требует консенсуса.

XIII. ФУНКЦИЯ МАССМЕДИА

Если из этого анализа выводить общественную функцию массмедиа, то следует прежде всего вернуться к основополагающему различению, а именно к различению *операции* и *наблюдения*. Операция есть фактическое осуществление событий, воспроизводство которых воплощает аутопойезис системы, что означает: воспроизводство различия системы и внешнего мира. В наблюдениях используются различения для того, чтобы нечто (и ничего иного) обозначать. Естественно, и наблюдение является операцией (иначе оно не могло бы осуществиться), но операцией высококомплексной, которая с помощью различения отделяет то, что она наблюдает, от того, что она не наблюдает; а то, что она не наблюдает, — тоже непременно является операцией самого наблюдения. В этом смысле операция наблюдения есть его собственное слепое пятно, которое вообще только и делает возможным различить и обозначить нечто определенное.[1]

Мы нуждаемся в различении операции и наблюдения для того, чтобы в рамках теории общества проверить одно распространенное в биологической теории эволюции воззрение. Речь идет о положении о том, что *приспособление* живых существ к их внешнему миру *не может быть выведено из их когнитивных способностей и достижений* и что для существования системы, которая может развивать когнитивные способности, уже должны быть гарантированы выживание и необходимая для этого приспособляе-

мость.[2] Конечно, поначалу это не доказывает, что и в случае социальных систем дело обстоит подобным же образом. Но при более ясной постановке проблемы легко понять: если приспособление к внешнему миру должно было бы осуществляться единственно через познание, то это должно было бы приводить к операционально неразрешимому перенапряжению любой системы. С этим нужно считаться уже потому, что ввиду комплексности внешнего мира система, по словам Эшби, испытывает недостаток [собственного] «requisitive variety» («необходимого разнообразия»). При помощи понятия наблюдения регистрируется и тот факт, что мир всегда недоступен для наблюдения, не говоря уже о его познании, ибо всякое наблюдение посредством «unwritten cross» порождает «unmarked space» («непомеченное пространство»), которое оно не наблюдает.[3] Невозможно увидеть, каким образом сознание или базирующиеся на коммуникации социальные системы могли бы вырваться из этого несоответствия системы и внешнего мира. Вопрос лишь в том, какую степень участия принимает познание, соотнесенное с внешним миром, в формировании эволюционных шансов определенного вида систем. Но прежде всего должна быть обеспечена совместимость аутопойезиса системы с внешним миром. Это означает, в случае социальной системы общества в первую очередь должно обеспечиваться то, чтобы коммуникация присоединялась к коммуникации и чтобы каждый переход от одной коммуникации к следующей не требовал бы контроля всех необходимых условий во внешнем мире, например, не требовал бы обсуждения в коммуникации того, живы ли еще ее участники. В этих условиях познание в первую очередь *внутренне ориентировано.* Преж-

де всего, нужно обеспечить, чтобы одна коммуникация подходила к другой.[4] Речь, следовательно, идет об удовлетворительности поведении, — а вовсе не о том, удовлетворяет ли воздух условиям для передачи звука от одного организма к другому. Если же неожиданным образом условия более не выполняются, то данный факт регистрируется как возмущающее воздействие и (в свою очередь, при помощи коммуникативных средств) ищется выход.

Это подводит к принципиальному вопросу о том, как же должна формироваться коммуникация, чтобы она могла не только воспроизводить саму себя, но и брать на себя когнитивные функции и выделять репродуктивную (либо информационную) компоненту. Ответ гласит: коммуникация вообще осуществляется лишь благодаря своей способности различать в самонаблюдении (в понимании) сообщение и информацию. Без этого различения коммуникация закончилась бы провалом, а участники оказались бы в зависимости от восприятия того, что они могли бы описывать всего лишь как поведение.[5] Различие сообщения и информации соответствует именно этому требованию: переход от одной коммуникации к другой не должен зависеть от полноты и истинности информации. И лишь постольку, поскольку существует это первичное конститутивное различие, коммуникация способна бинарно кодировать саму себя (например, в отношении к приемлемому/неприемлимому, адекватному/неадекватному) и таким образом зондировать внешний мир посредством различения, по отношению к которому в самом внешнем мире не существует никакого коррелята. Без этого различения, являющегося частью собственной [системной] операции, система была бы неспособна конструировать

распознаваемые идентичности и развивать память. Она не смогла бы и эволюционировать, выстраивать собственную комплексность, позитивно/негативно тестировать возможности структурирования и при этом всегда использовать минимальные условия для продолжения собственного аутопойезиса.[6] Общество, каким мы его знаем, было бы невозможным.

На том же основании к пониманию коммуникации нельзя предъявлять чрезмерных требований. Притязания, правда, могут быть самыми завышенными, однако в этом случае они требуют особого, дифференцированного дискурса. В нормальном случае также и амбивалентности, и недоразумения могут использоваться в коммуникации, — до тех пор, пока они ее не заблокируют. Ведь понимание практически всегда является непониманием, без понимания этого *не*.

От этих общих системно-теоретических и общественно-теоретических соображений [нужно сделать] большой прыжок к массмедийной сфере современного общества. Функция массмедиа, согласно всему рассмотренному выше, состоит в управлении самонаблюдением общественной системы,[7] — под этим подразумевается не спецификация некоторого объекта среди других, а некий способ разделить мир на систему (а именно общество) и внешний мир. Речь идет об универсальном, а не об объектно-специфическом наблюдении. В другой связи мы уже говорили о функции памяти системы, которая для всех коммуникаций обеспечивает заднеплановую реальность, снова и снова пропитываемую массмедиа. И речь идет о наблюдении, которое само порождает условия своей собственной возможности и в этом смысле протекает аутопойетично. Ведь неопределенность, так-

же как и различения, используемые для наблюдения, являются продуктами системы, а не предзаданными атрибутами мира или онтологически (либо трансцендентально) фиксируемыми элементами конструкции («категориями») единства мира. Это означает и то, что импульс для дальнейшей коммуникации воспроизводится в самой системе и не должен объясняться антропологически, скажем, как жажда познания.

Поэтому «реальность массмедиа» нельзя постичь, если усматривать их задачу в подготовке адекватных информации о мире и соизмерять с этим их сбои, их искажения реальности, их манипуляции мнениями, — так, словно было бы возможно иное положение дел. В обществе массмедиа воплощают именно такую дуальную структуру воспроизводства и информации, дуальную структуру продолжения всегда уже адаптированного аутопойезиса и когнитивной готовности к раздражающим воздействиям (lrritationsbereitschaft). Массмедийное предпочтение информации, которая благодаря опубликованию теряет свою ценность неожиданности, а значит, постоянно трансформируется в не-информацию, отчетливо показывает, что функция массмедиа состоит в непрерывном порождении и переработке раздражений, — а не в умножении познания, социализации или прививании нормативного конформизма. Как фактический результат этой циркулярной длительной деятельности по производству и интерпретации раздражений благодаря поступающей информации, связанной с моментом времени (то есть в качестве различия, которое производит различие), возникают описания мира и общества, на которые ориентируется современное общество внутри и вне системы его массмедиа.

Конечно, нет оснований предполагать, что раздражение возможно лишь в массмедийной системе, и отсутствует, скажем, в браке, школьном образовании и иных интеракциях; так же как и власть осуществляется не только в политической системе, нормативное регулирование не ограничивается системой права, а истина — одной лишь наукой. Раздражимость есть наиболее общий структурный признак аутопойетических систем, занявший в современных описаниях место, которое прежде отводили природе и сущности вещей, которую фиксировали как природу.[8] Раздражимость вытекает из того, что система обладает единой памятью, задействованной во всех операциях системы, и благодаря этому может распознавать и компенсировать противоречия, а значит, — порождать реальность. Это указывает на рекурсивную конститутивную связь памяти, раздражимости, переработки информации, конструирования реальности и памяти.[9] Обособление специализирующейся на этом функциональной системы служит для усиления специализированного на этом способа коммуникации и одновременно — для его нормализации. Лишь от массмедиа мы ежедневно ожидаем этого особенного достижения, и лишь так можно организовать современное общество в его коммуникативном течении, таком же эндогенно-беспокойном, как мозг, а тем самым воспрепятствовать его чрезмерной привязанности к устоявшимся структурам.

В отличие от функциональной системы массмедиа наука может специализироваться на приращении когнитивных достижений, то есть на общественном процессе обучения, в то время как правовая система берет на себя упорядочивание нормативных, контрафактических и поэтому трудно совместимых с обуче-

нием ожиданий. Дифференциация *когнитивного/нормативного* на науку и право все-таки никогда не сможет распределить внутри себя и тем самым удовлетворить всю ориентационную потребность общественной коммуникации. В нормальном случае общественная коммуникация не ориентируется ни на науку, ни на право. Однако в современном мировом обществе она также не может замыкаться только в рамках одного лишь локального, повседневного знания, распространяющегося лишь на самое ближайшее окружение. Функция массмедиа, поэтому, видимо, состоит в удовлетворении этой потребности, не допускающей ни когнитивной, ни нормативной специализации. Массмедиа гарантируют всем функциональным системам настоящее, приемлемое для всего общества, а также известное индивидам, из которого можно исходить, когда речь заходит о селекции некоторого системно-специфического прошлого и об установлении важных для системы ожиданий будущего. В зависимости от специфики этой потребности другие системы потом могут настраиваться на связь с прошлым своих механизмов предвидения: например, экономика ориентируется на новинки фирм-производителей или рынка и на этой основе устанавливает собственные связи между своим прошлым и своим будущим.

Уже Парсонс видел особую роль, которую массмедиа вносят в развитие «актов взаимообмена» в современном обществе, в возрастании степени свободы коммуникации — по аналогии с функцией денег в экономике.[10] Этот диагноз можно применять более широко, если дополнительно учитывать усиление общественной раздражимости и возникновение рекурсивной сети массмедийных коммуника-

ций с повседневной коммуникацией в интеракциях и организациях общества. С одной стороны, массмедиа абсорбируют (saugen an) коммуникацию, с другой, — стимулируют коммуникацию, текущую далее.[11] Итак, они непрерывно обращают новую коммуникацию к результатам коммуникации предшествующей. В этом смысле они отвечают за производство «собственных значений» — именно тех относительно стабильных ориентации в когнитивной, нормативной и ценностной (evaluativen) сфере, которые не могут задаваться извне, а возникают благодаря тому, что операции рекурсивно применяются к своим собственным результатам.[12]

Видимо, вековая традиция вводила нас в заблуждение и, как следствие, представляла массмедиа в неблагоприятном свете. Эта традиция утверждала, что стабильность системы общества покоится на *консенсусе:* если не на эксплицитно/имплицитно заключенном общественном договоре и уже не на религии, основанной на общей вере, то все-таки на консенсусно-признанных фоновых убеждениях, как они представлены Юргеном Хабермасом в его понятии жизненного мира. Но если бы это было так, массмедиа явились бы фактором дестабилизации и использовали бы все для того, чтобы разрушить или чем-то заменить эти предпосылки, — что французы, возможно, назвали бы символическим насилием.

Фактически же стабильность (= репродуктивная способность) общества основывается в первую очередь на производстве объектов, наличие которых может предполагаться в дальнейшей коммуникации.[13] Выло бы чересчур рискованным опираться в первую очередь на договоры и требования нормативного консенсуса. Объекты являются результатом ре-

курсивного функционирования коммуникации — *без запрещения противоположного протекания*. Они оставляют после себя лишь остаточные проблемы, сводящиеся к разрешению вопроса о том, примут ли коммуникацию или она будет отклонена. Тем, что такие объекты «существуют», современное общество обязано системе массмедиа, и было бы весьма трудно себе представить, как бы функционировало общество коммуникативных операций, далеко превосходящее границы горизонтов индивидуального опыта, если бы это непременное условие не гарантировалось *самим процессом коммуникации*.

Это снова лишь подтверждает, что коммуникация в первую очередь должна решать проблему времени, и это особенно существенно для массмедиа, операции которых протекают под давлением ускорения. Проблема состоит в том, как перейти от одной коммуникации к следующей; причем и в том случае, если система общества становится для самой себя высококомплексной и непрозрачной, вынуждена ежедневно и в массовом порядке впитывать разнообразие и переводить его — как фактор раздражения — в информацию. Это не может зависеть от гарантированного прошлым консенсуса, нуждающегося в операциональном уточнении. Напротив, каждая эксплицитная коммуникация по-новому ставит вопрос о принятии или отклонении, то есть ставит на карту консенсус, при ясном осознании того, что и при наличии конфликта (bei Dissens) (и именно при этом) можно продолжать коммуникацию. В современных условиях как раз и растормаживается этот риск конфликта, это тестирование коммуникации через коммуникацию. Именно поэтому коммуникация должна ориентироваться (entlanggefuhrt wer-

,jen) на конституируемые ею самою объекты, которые могут рассматриваться как темы. Ведь в первую очередь, массмедия вынуждены порождать известность (Bekanntsein) и время от времени так разнообразить ее, чтобы в присоединяющейся коммуникации можно было бы рискнуть спровоцировать принятие или отклонение.

Этот анализ можно обобщить в рамках теории общественной памяти. Система, которая способна наблюдать произведенное ее операциями различие система/внешний мир, для своих наблюдающих операций (или словами Спенсера Брауна: для осуществления повторного ввода (re-entry) этого различия в систему) нуждается в двойной временной ориентации: с одной стороны, — в памяти, а с другой, — в открытом будущем, которое предоставляет возможность колебания между обеими сторонами всякого различения.[14] Проблема, которая в связи с этим возникает для системы общества и которая в своей существенной части решается благодаря массмедиа, состоит, следовательно, в том, как могут комбинироваться функция памяти и функция осцилляции, если в распоряжении есть только настоящее, а значит, — практически нет времени.[15] И это — лишь некоторая другая форма для старого вопроса о том, как комплексная система может одновременно обеспечивать и достаточную избыточность, и достаточную вариативность.

Если описывать функцию памяти с самого начала применительно к будущему, следует отказаться от психологически убедительного представления, будто память осуществляет лишь ситуативно-необходимое осовременивание прошлых событий. Память, напротив, осуществляет беспрестанную дискриминацию

забвения и воспоминания, сопровождающую все когда-либо актуализирующиеся наблюдения. Главное достижение памяти состоит при этом в забвении, а вспоминается лишь то, что имеет исключительное значение. Ведь без забвения, без высвобождения потенциала новых операций система не имела бы никакого будущего, не говоря уже о возможностях колебаний между одной и другой стороной тех или иных используемых различений. Другими словами: память функционирует как стирание следов, как подавление и как ситуативное торможение (ингибирование) подавления. Нечто достигает порога воспоминания (неважно, на долгое или короткое время), если актуальные операции предлагают повод для повторения, для «ре-импрегнаций» освободившихся мощностей.[16] Из этого не следует, что память оперирует, соотносясь с внешним миром, то есть служит текущему приспособлению системы к меняющимся состояниям ее внешнего мира. Так это может действительно выглядеть в перспективе внешнего наблюдателя (с собственной памятью). В самой системе все же имеет место лишь — непрерывно реализующаяся по-новому — внутренняя проверка консистенции, причем память осуществляет рекурсии и организует сопротивление системы против неожиданных новых подстановок смысла. И как уже заявлялось: через сопротивление системных операций новым системным операциям система порождает реальность.

Мнемонические достижения коммуникативных систем в целом и массмедиа в частности формируются темами коммуникаций. Ведь сгущается в тему лишь то, что может организовать определенную частоту коммуникаций и что открыто для будущих опций принятия или отклонения (Ja- bzw. Nein-Optio-

nen). Темы — это сегменты коммуникативных релевантностей, как бы «локальные» модули, которые, если необходимо, могут быть заменены. Они, следовательно, делают возможным высокодифференцированную память, которая способна выдерживать скачкообразную смену тематик; и даже способствовать ей при сохранении возможности возвращения к отложенным в данный момент темам.

Все функциональные системы обладают своей специфической памятью; так, например, монетарная экономика имеет память, назначение которой состоит в забывании источника происхождения тех или иных заплаченных денежных сумм ради облегчения оборота.[17] Массмедийная память также функционирует внутрисистемно, однако сверх того выполняет соответствующие функции для окружающей общественной системы. Это общественное использование массмедиа для постоянного связывания прошлого и будущего, очевидно, связано с крайне высокими притязаниями современного общества на избыточность и вариативность, которые — с помощью различения прошлого и будущего — должны подсчитываться в его бухгалтерии времени (temporal verbuchen), ибо без такого временного, расчетного распрямления (dimensionale Streckung) эта непрерывно реконструируемая реальность рухнула бы под тяжестью внутренних противоречий. Что является не последним основанием для объяснения того, что такое достижение нуждается в мощных селекторах, которые, со своей стороны, должны получить защиту посредством обособления и оперативной замкнутости.

XIV. ПУБЛИЧНОСТЬ

В предшествующих размышлениях можно почерпнуть указания для определения направления, в котором следует искать «функцию» системы массмедиа. Последние вносят вклад в конструирование общественной реальности. Сюда же относится постоянная реактуализация самоописания общества и его когнитивных мировых горизонтов, — безразлично, в форме согласия или конфликта (например, если речь заходит о подлинных причинах «гибели лесов»). Массмедиа, правда, не могут притязать на исключительное право конструировать реальность. В конечном счете, каждая коммуникация — как в том, что она вычленяет, так и в том, что она предает забвению, — способствует конструированию реальности. И все-таки соучастие массмедиа [в конструировании реальности] становится неизбежным в случае необходимости широкого распространения [коммуникации], возможности анонимного и тем самым непредсказуемого восприятия информации. И не в последнюю очередь: в случае, когда в реакциях на предоставленную информацию порождается *непрозрачность* — как бы парадоксально это ни звучало. Поэтому результат воздействия массмедиа, а может быть, и их функция, видимо, состоит в воспроизводстве непрозрачности на основе прозрачности, в воспроизводстве *непрозрачности воздействия* на основе *прозрачности знания*. Другими словами, это означает: в воспроизводстве будущего.

Этот тезис [прозрачности непрозрачности], — пер-

воначальная парадоксальность которого разрешается лишь через то или иное актуальное (gegenwartige) различение прошлого и будущего, можно рассматривать и далее, — обратившись к различению между системой массмедиа и публичностью. Для этого сначала нужно рассмотреть понятие «публичности» («Offentlichkeit»), которое достаточно явно отличается от понятия системы массмедиа, а также от понятия «общественного мнения» («Offentliche Meinung»).

В понятие «публичного» изначально, видимо, был встроен момент непредсказуемости. В классическом правовом дискурсе «публичное» определяется через понятие «доступности для каждого», то есть через исключение контроля над доступом. Согласно этому, печатная продукция и передачи массмедиа являются публичными, поскольку исключен контроль над теми, кто их воспринимает. Но с точки зрения этой понятийности это лишь часть сферы публичности. Общественные туалеты не являются ни мнениями, ни массмедийными продуктами. Понятие доступности в реальном или метафорическом понимании указывает на пространство и действие. Это ограничение можно подправить, если переключить внимание с действия на наблюдение. Тогда, следуя идее Дирка Бэккера, публичность можно определить как рефлексию всякой внутриобщественной системной границы;[1] или по-другому: как внутриобщественный внешний мир подсистем общества, то есть всех интеракций и организаций, а также общественных функциональных систем и социальных движений. Преимущество такого определения состоит в том, что его можно перенести на функциональные системы общества. «Рынок» был тогда экономически-внутриси-

6-1070

стемным внешним миром экономических организаций и интеракций;[2] «общественное мнение» было бы тогда политически-внутрисистемным внешним миром политических организаций и интеракций.[3]

Как и прежде, имеет значение то, что в операциях невозможно пересечь границы системы. Но столь же важно и то, что всякая наблюдающая система способна это рефлексировать. Находясь на внутренней стороне своей границы, она видит, что должна существовать и какая-то внешняя граница, поскольку иначе граница таковой бы не была. Если внутри повторно воспроизводится некоторый опыт раздражений, система способна предположить, что во внешнем мире наличествуют и другие системы, которые и несут за это ответственность. Если, напротив, система рефлексирует, что она подвергается внешнему наблюдению, хотя еще и без жесткой фиксации наблюдателя и способа наблюдения, то она постигает себя саму как наблюдаемую в медиуме публичности. Это может (но не обязательно) формировать ориентацию на генерализированные (представляемые публично) точки зрения. Функционально эквивалентными стратегиями [публичности] будут стратегии секретности и лицемерия.

Темы, группирующиеся вокруг утаивания, симуляции, диссимуляции, лицемерия (hypocrisy), разрабатывались главным образом в (печатной!) литературе XVI и XVII столетий, и ни в коем случае не только в политической теории под заголовком «государственный интерес», но это может иллюстрироваться и на примере театра, соотносится с рынком и любым социальным поведением.[4] Эта настоятельная необходимость социального общения в XVIII столетии получает выражение в эмпатическом тре-

бовании публичности как средства воплощения разума. Однако речь шла уже о суженном, как бы конституционалистском понятии публичности с такими требованиями, как свобода мнений, свобода прессы, ликвидации цензуры. В основе самой этой полемики лежит гораздо более общее понятие публичности, на фоне которой как раз и выделялись стратегии секретности и лицемерия, а позднее — усилия по защите «приватной сферы». Публичность, следовательно, представляет собой всеобщий общественный медиум рефлексии, который регистрирует непреодолимость границ, и вдохновленный, — наблюдение наблюдений.

Еще до вознш нсвения в конце XVIII столетия эмпатического понятия общественного мнения печатная пресса уже использовалась для того, чтобы политически-амбициозные коммуникации могли получить общественный резонанс, а значит, и для того, чтобы принимающие решения инстанции могли подвергаться двойному воздействию: как со стороны направленных им письменных посланий, так и создаваемого тем самым публичного резонанса. В Англии уже в XVII веке петиции, адресованные короне и парламенту, получают печатную форму, хотя тип письма с адресом и почтительная форма обращения сохранялись. В XVIII столетии во Франции суды начинают отдавать в печать направляемые королю ремонстрации, чтобы противопоставить общественности единственно признанную «публичную особу» — монарха.[5] Итак, публичная доступность коммуникаций в аппарате политического господства расширяется с помощью печати, и лишь впоследствии возникает представление об общественном Мнении — как последней инстанции в суждениях по

политическим вопросам. Хотя (и поскольку) публичность не являлась основанием для политических решений, но некоторым образом лежала вне границ политики, последняя использовала ее для политических целей и копировала ее в своей системе.

Поэтому функцию системы масс-медиа следовало бы усматривать не в производстве, а в репрезентации публичности. При этом о «репрезентации» надо вести речь в некотором «суживающем» («kontrahierenden»), редуцированном смысле. Именно в силу того, что для всех систем, включая саму систему массмедиа, «публичность» всегда используется для описания другой, недоступной стороны их границ и не может специфицироваться в направлении на определенные системы-партнеры, — ее (публичность) необходимо репрезентировать в форме таких конструкций реальности, в которых могут участвовать все подсистемы и даже все люди, хотя из этого и не вытекает никаких обязательств обращаться с ними строго определенным образом. Итак, репрезентация публичности средствами массмедиа обеспечивает в происходящем одновременно как прозрачность, так и непрозрачность, то есть: определенное тематическое знание в форме тех или иных конкретизированных объектов и неопределенность в вопросе, кто и как на это реагирует.

Как уже неоднократно замечалось, речь идет об «автологической» концепции. Она подтверждается и по отношению к самим массмедиа. И они, репродуцируя себя в виде системы, производят границы с внутренней и — недоступной для них — внешней сторонами. И они, если не ставятся под вопрос специфические внешние отношения (скажем, с политикой и рекламодателем), рефлексируют свою внешнюю сто-

рону как публичность. Однако эта рефлексия имеет для них-и иную значимость, ибо здесь распознается их функция. Поэтому путь к функционально эквивалентным стратегиям засекречивания и лицемерия им в значительной степени закрыт; — даже если они в конечном счете все-таки лицемерят, утверждая, будто это не так. Здесь может осуществляться дополнительное, метафорическое переописание (Re-description)[6] — например, в форме профессиональной этики, которая позволяет журналистам понимать свои усилия как службу во имя публичности, представлять это в виде оправдания притязаний на автономию и как основание нейтральности их интересов, институциализировать для этого критические стандарты и профессиональный консенсус. Ограничение журналистикой/профессией/этикой оправдано, когда речь заходит о самоконтроле массмедийной системы. Оно предлагает отправной пункт и для некой, как всегда утопической, независимости от желаний публики или определенных групп интересов. Однако эти достижения должны даваться ценой сильного ограничения понятия автономии. Ведь здесь и только здесь имеет смысл говорить о парадоксальной «относительной автономии».

XV. ОБРАЗОВАНИЕ СХЕМ

В проводимых выше исследованиях мы решительно и безоговорочно выбрали «общество» и «массмедиа» в качестве системных референций, а все остальное отнесли к их «внешнему миру». Поэтому индивиды — как живые тела и системы сознания — остались вне поля нашего внимания. Мы, правда, имели возможность высказываться и об индивидах, ибо фактически ни одна система не может обойтись без того, чтобы называть имена или передавать человеческие изображения. Но они, очевидно, всего лишь темы коммуникации или отображенные объекты, и во всяком случае в системе массмедиа, то есть в коммуникациях, принимаются решения о том, чтобы упоминать и изображать индивидов. Речь не идет о собственно индивидах. Это всего лишь индивидуальные лица (Personen), лишь «собственные значения», которые должна порождать всякая система коммуникации, чтобы иметь возможность воспроизводить саму себя.[1]

Тезис об оперативной замкнутости аутопойетических систем, очевидно, не означает, что эти системы могли бы существовать без их внешнего мира. Гипотеза «солипсистского» существования изначально была абсурдной и скорее высказывается о том, кто ее формулировал в качестве возражения, нежели о собственно той теории, которой она возражает. Когнитивные системы, правда, не способны в своих операциях достигать их внешнего мира и поэтому также не могут познавать его независимо от собственных

структурных образований. Тем не менее существуют структурные сопряжения между аутопойетическими системами и системами в их внешнем мире, которые совместимы с аутопойезисом. Они не влекут за собой никакой детерминации состояний системы состояниями или событиями внешнего мира. Системы могут детерминироваться лишь самими собою — и лишь посредством самопорожденных структур. Но тем не менее возможно возникновение мощных и повторяющихся раздражений, которые внутри системы могут затем в том или ином виде перерабатываться в информации. Итак, в долгосрочной перспективе структурное развитие объясняется длительным притоком раздражений из определенных источников - и отсутствием побуждений со стороны других сегментов внешнего мира. Матурана назвал эволюционную тенденцию «структурным дрейфом».

Само собой разумеется, это сопряжение в отношениях между индивидами и социальными системами предполагает, что индивиды обладают способностью восприятия, то есть способны экстернализировать внутренне исчисляемый внешний мир. Кроме того, оно зависит еще и от восприятия процесса восприятия других; ведь в противном случае ни один индивид не мог бы произвести нечто, что бы было предназначено для восприятия других. Точно так же, несомненно, должен наличествовать язык, причем как для восприятия, так и для коммуникации. На основе этих предпосылок все-таки еще нельзя сформулировать гипотезы о том направлении, в котором осуществляется структурный дрейф, если знакомство с миром почти целиком порождается массмедиа. У нас еще нет понятия, которое могло бы, к примеру, объяснить (или вело бы к гипотезам, которые могли бы

дать объяснение), как знание о мире, которое давала жизнь в рамках семейных домохозяйств традиционных обществ, вытесняется или трансформируется влиянием массмедийных трансляций. Для решения этого вопроса мог бы оказаться полезным вызвавший широкую дискуссию[2] репертуар понятий, включающих в себя схемы, когнитивные карты, скрипты, фреймы.

Все это - психологические понятия, которые, однако, все активнее привлекаются для объяснения социальных координации или так называемого «коллективного» поведения.[3] Их исходный пункт состоит в необходимости использования памяти в потоке операций, которые завладевают вниманием системы, вынужденной непрерывно выбирать между забыванием и воспоминанием, ибо без забывания были бы тотчас заблокированы мощности системы по осуществлению дальнейших операций; другими словами, будущее состояло бы из тех же самых переживаний и действий. Забывание освобождает. Но в силу того, что забвение недоступно для воспоминания, требуется схема, которая регулирует процессы сохранения и повторного использования. Это могут быть и схемы восприятия, позволяющие фокусировать взгляд и на основе известного распознавать неизвестное. Это могут быть и более абстрактные категоризации, или же — обе составляющие одновременно: когда, например, на основе расовых признаков заключают о свойствах или поведении людей. Схемы не принуждают к повторениям, они также не детерминируют к действиям; их функция состоит именно в порождении игрового пространства для свободно выбираемого поведения в системе, которая благодаря собственному прошлому пе-

реводит себя в то состояние (и ни в какое другое), в котором она как раз и пребывает. Для этого служит (не обязательно понятийная) абстракция, *отвлечение от...* репрессия бесчисленных деталей, маркирующих ситуации как единственные и неповторимые. Но абстракция подразумевает и то, что новые ситуации могут модифицировать схему. Схема делает возможным дополнения и новые наполнения, может применяться не «схематично».[4] Именно в том случае, когда руководствуются схемой, отклонение от нее становится неожиданным; оно бросается в глаза и благодаря этому запечатлевается в памяти. Схемы суть инструменты забывания — и научения, это ограничения гибкости, которые вообще только и делают возможным гибкость в рамках предструктурированных границ.

Как нас учил Кант,[5] схемы являются не отображениями, а правилами осуществления операций. Так, схема круга, к примеру, не есть образ какого-то круга, а правило его вычерчивания. Многообразие, данное внутреннему чувству в форме временных различий, может реконструироваться лишь как (также предполагающий время) процесс с целью познания. У Канта это копирование (Hinuberkopieren) времени из эмпирической в трансцендентальную сферу являлось причиной того, что вопреки радикальному различию между предметами и представлениями о них можно было бы предполагать наличие отношения однородности между ними. Эта проблема исчезает при переходе к радикально-конструктивистской теории познания. Однако сохраняется представление, что схемы не являются образами, которые конкретно фиксируются в момент отображения, а всего лишь правилами для повторения (в свою очередь,

конкретных) операций. Ведь память также не состоит из некоего резервуара образов, которые по мере надобности можно вновь подвергать рассмотрению. Речь, напротив, идет о формах, которые в беспрестанном временном потоке аутопойезиса делают возможным рекурсии, то есть обращения к известному и повторение операций, которые это обращение актуализируют.

Схемы могут соотноситься с вещами или лицами. Умение обращаться с вещами (Gebrauchssinn) — это одна схема, а иерархические отношения между лицами или стандартизированные ролевые ожидания — это уже другое. Понятием «скрипта» обозначают особый случай стереотипизации временных последовательностей (например: билет нужно купить до того, как сесть на поезд). Наблюдение каузальных отношений в типичном случае следует некоторому скрипту, поскольку он затеняет другие, столь же реалистические возможности каузальной атрибуции.[6] Лишь благодаря определенному скрипту возникает возможность приписывать действиям их следствия. Скрипт, следовательно, уже представляет собой весьма комплексную (то есть затеняющую многое) схему, которая предполагает как стереотипизацию событий, так и стандартизированное сопряжение их последовательности. Если схемы вещи или индивидуального лица (Person) связываются друг с другом в некотором скрипте, то это также означает, что наблюдатель более не свободен выбирать между предметной и временной схемами или колебаться в своем видении от одной к другой; а также и то, что предметная и временная схемы вступают в отношение взаимной зависимости, и ни одна из них не может выбираться вне ее соотношения с другой. Мы уже

рассматривали подобный случай на примере нарративной-структуры романов: последовательность действий характеризует лица, мотивы которых затем, в свою очередь, делают понятной последовательность действий — с достаточным игровым пространством для неожиданностей.

Итак, мы предполагаем, что для структурного сопряжения массмедийных коммуникаций и психически удостоверенных упрощений используются и даже порождаются подобные схемы. Этот процесс протекает циркулярно. Массмедиа придают значение понятности. Однако понятность лучше всего обеспечивается схемами, которые могут порождаться лишь самими массмедиа. Для своего собственного производства они используют психическое закрепление,[7] которое может предполагаться в виде результата потребления масмедийных представлений, причем без дальнейших проверок. Мы проясним это на двух примерах: производства каузальных скриптов в областях, которые недоступны для индивидуального опыта, то есть в весьма типичном случае — в проблемах экологии; и установления различий в схематизации индивидуальных лиц (Personenschematisierungen) в зависимости от того, идет ли речь о своей собственной или о других персонах.

Коммуникация по поводу экологических проблем — особенно удачный пример для наших целей,[8] поскольку она выходит далеко за пределы мира индивидуального опыта. (Кто на основе собственного знания мог бы сказать, что произошло бы с содержимым платформы Brent Spar на морском дне в результате давления воды, если бы она затонула?) Массмедиа тоже не отвечают этим чрезмерным требованиям; и когда они обращаются к науке, то по-

лучают от нее в типичном случае больше знания и больше незнания одновременно. Итак, мы зависим от образования схем. При этом речь может идти о нормативных предположениях, которые направлены против «виртуальной реальности» и чаще всего работают в метафорической форме. Например: море нельзя использовать как мусорный контейнер. Это, так сказать, самоочевидно. Если следуют дальнейшие вопросы, в работу вступают следующие скрипты. Из бесчисленных возможных каузальных констелляций выхватываются те, которые могут представляться убедительными. В типичном случае речь идет о последствиях действий, а не о процессах самой природы. А затем могут присовокупляться эффекты, вызывающие достаточно страха для прекращения дальнейших вопросов о том, насколько вероятны эти последствия. Речь, другими словами, ведется о схемах изменения, которые соответствуют критериям отбора новостей и репортажей (например, новизне, действию, драматизму, морали). Загрязнение окружающей среды изменяет жизненные условия людей на Земле вплоть до таких условий, которые делают невозможной дальнейшую жизнь. При этом никто не испытывает трудностей с памятью и миром индивидуального опыта. Они еще не переживали таких условий, но, если предлагается скрипт, то может активироваться подходящий собственный опыт (слой грязи на автомобиле, припаркованном на улице). Речь, следовательно, идет не о «перевоспитании» индивидов, не о более или менее сложном отучивании от чего-то, что считается знанием. Экологическая метафорика, ее схемы, ее скрипты развиваются как бы на свободной поляне, формируя еще не занятую территорию.

Иногда говорят о «трансформации ценностей». Вопрос, однако, состоит в том, начинается ли эта переориентация с вновь внушаемых ценностей или же именно скрипты каузальности, в первую очередь, оказывают впечатляющее воздействие, то есть именно изменение ли очаровывает, а затем приводит к тому, что с ними ассоциируются ценности. Салансик и Порак говорят о «дистиллированных идеологиях» и подразумевают тем самым «ценности — производные от каузальных рассуждений в комплексной среде».[9]

Этот анализ не примет тот, кто не хочет отказываться от представлений об «объективной истине» или психически обязывающем «консенсусе», а массмедиа он упрекнет в поверхностности, если ни в манипуляции. Если, с другой стороны, всерьез принимать индивидуальность и оперативную замкнутость аутопойетических систем, то будет очевидно: по-другому вообще не бывает. Если исходить из перспективы общества, то преимущество структурного сопряжения посредством схем состоит в ускорении структурных изменений, а именно в ускорении, которое — в случае успеха — не позволяет разорвать структурную связь массмедиа и индивидов, но лишь переводит ее в другие схемы. Если исходить из перспективы индивида, то преимущество схем состоит в структурировании памяти, однако без жесткого определения действия. Одновременно они освобождают от бремени чрезмерной конкретности и предлагают некий слайд (Folie), на котором могут распознаваться отклонения, диспозиции к действию и ограничения. Отдельный человек при этом все еще сохраняет свободу вовлечения и отклонения. Он может дать волю чувствам и идентифицировать себя с ними или

именно это наблюдать у других, полагая это странным и даже опасным. Тем самым мы переходим ко второй теме, к дополнительной гипотезе об отношениях между массмедиа и индивидами.

В психологии уже давно стало привычным различение, когда по отношению к индивидуальным лицам (Personen) схематизации собственного лица (то есть ответы на вопросы: кто я?) отличают от схематизации других лиц.[10] Это различение представляет интерес в самых разных аспектах, — и именно как различение. Ведь каждый человек существует, прежде всего, как конкретный индивид, то есть отличается от других своей внешностью, именем и другими признаками. Тогда почему же недостаточно (и с каких пор этого более не достаточно?) отличать себя самого от других точно также, как всякого индивида отличают от любого другого? Почему же нам мало использовать один и тот же список объективных признаков (возраст, пол, наличие семьи, красивый или не очень красивый внешний вид, место жительство, добродетели и пороки) и, комбинируя лишь их, конкретизировать то или иное подразумеваемое лицо? Для этого имелись бы неограниченные и по мере потребности дополняемые возможности. И далее: зачем вообще требуется схемообразование, когда речь заходит о конкретных индивидах? При этом, как и в случае с экологией, нужно предположить наличие непрозрачности (Intransparenz), которая только и дает толчок для упрощений или, как говорят ныне, для «идентичности». Но как же может кто-то являться для самого себя непрозрачным, то есть нуждаться в схеме, — если он, следуя Декарту, не может сомневаться в своей мыслящей экзистенции?

Можно с уверенностью исходить из того, что от-

личие собственного Я от других индивидов дано изначально, это значит: уже через несколько дней после рождения. Новорожденный должен практиковать дополнительное, а не подражающее поведение, к примеру, обращать друг в друга восприятия правого и левого.[11] Дальнейшая ранне-детская социализация предполагает то, что Стайн Братен называет «диалогической закрытостью», а именно, закрытые во внешнем направлении системы, в которых предусмотрено место для «виртуального другого», то есть для эффективного замещения.[12] Эта позиция виртуального другого может замещаться лишь с помощью схем, поскольку она требует повторного распознавания, то есть памяти. С другой стороны, не требуется никакого «виртуального Эго». Любой изначально является тем, кем он является. Но как же тогда все-таки возникает вторичная потребность в самотематизациях? И что происходит, когда подрывается условие непосредственного «диалогического закрытия» и замещение позиции «виртуального другого» более не осуществляется эффективно (в смысле «virtus»[13]), но «обогащается» фиктивными компонентами?

Можно предположить, что в этой точке становятся зримыми результаты воздействий массмедиа. Новое развитие начинается, прежде всего, в драматическом театре раннего Нового времени (Buhnentheater). Он предложил возможность в языковой форме сделать видимыми для публики внутренние процессы формирования мнения, конфликты и смятения (Unsicherheiten) актеров, — пусть даже артисты обращались прямо к публике в формах, предполагающих, что другие участники на сцене этого не слышат (но как усвоить такую необычную, контрафактическую подстановку); пусть даже это принимало

форму монологов или разговоров с самим собой. Публика здесь могла наблюдать, как действующие на сцене обосновывали свои действия, обманывали самих себя и других и что этот процесс поначалу оставался незримым для других участников спектакля.[14] В отточенных диалогах венского театра (к примеру, в «Волокитстве» Шнитцлера или «Неподкупном» Гофмансталя) даже сами выражения конструируются так, чтобы публика имела возможность наблюдать больше, чем адресаты [этих выражений]. Возникновение этой сложной, так сказать, нагруженной культурной формы наблюдения наблюдения и образование подходящих для этого схематизации не является, следовательно, непосредственным продуктом печатного станка или массмедиа. Но как только укоренилась (и стала предпосылаться в качестве способа наблюдений) эта специфическая форма наблюдения второго порядка с ее схемами мотивов (любовью, преступлением, искренностью/неискренностью etc.), стало возможным применять ее и в других контекстах, скажем, в романе и, наконец, даже в философии. Тогда уже и зритель, и читатель побуждаются вторично взглянуть на собственный способ наблюдения и его мотивы.

Шефтсбери, видимо, был одним из первых, кто, явно не доверяя печати и ее коммерческим издателям, помощью которых он все же пользовался и сам, уединяется для приватного разговора с собой для обретения ясности в отношении самого себя.[15] Руссо также отдает в печать свою «Исповедь», хотя и явным образом выводит себя из-под критериев суждения, значимых для других.[16] Романтизм играет с двойниками, близнецами, отражениями, изображая тем самым трансформацию идентичности в коммуника-

цию. В конце XIX столетия Уильям Джеймс, Георг Зиммель и многие другие заявляли о необходимости «социальной самости» или «идентичности», которой должен стать (или претендовать на это) фрагментарный, турбулентный, хаотический индивид, —• чтобы для других явиться чем-то, чем он по своей самости (von selbst) не является.[17] И тогда же начинаются «поиски смысла» — по меньшей мере, в печатных текстах. Мы подступаем к эпохе, в которой литература и жизнь в литературе уже не могут быть разделены. Изобретается проблема «самореализации», которая подхватывается и распространяется массмедиа. Индивидам внушается, что они хотя, безусловно, и обретают реальную жизнь после зачатия, и тем более — после рождения, тем не менее должны стать более реальными (или нереальными?), чем они уже есть.

Эту семантическую амбивалентность можно понять, если рассматривать ее как индикатор потребности в некоторой схеме, в которой, однако, не признаются. Использование схем можно распознать на других и на себе самом, если понимать их как когнитивные рутины, как сокращения для чего-то, что допускало бы разъяснение. Однако и это, в свою очередь, было бы схемой, которая скрывает положение дел, о котором в конечном счете идет речь. Образование схем остается неизбежным из-за ненаблюдаемости мира и непрозрачности индивидов для них самих и для других. Без них не было ни памяти, ни информации, ни отклоняющегося поведения, ни свободы. Вместе со Спенсером Брауном можно понимать это и как необходимость некоторой формы, которая маркирует различение, одна сторона которого должна быть обозначена для того, чтобы могли

осуществляться наблюдения и следовать дальнейшие операции. Это не исключает постановки вопросов об общественных условиях убедительности таких схем. В эпоху массмедиа они вряд ли мыслимы без содействия последних. Подобно театру, массмедиа помещают индивида на сцену вне [всякой] инсценировки. Мы описали это как техническое условие обособления медийной системы. На индивидов эта дистанция должна действовать амбивалентно. Ведь, с одной стороны, сами они еще не являются текстом, который исполняется перед ними; а если они, подобно Руссо, его написали и опубликовали, то с этого момента они перестают быть этим текстом. Они не видят самих себя по телевидению, а если иногда такое и происходит, они получают особое удовольствие от самоузнавания, — что имеет место лишь в исключительных случаях. С другой стороны, массмедиа порождают мир, в котором индивиды уже обнаруживают самих себя. Это относится ко всем программным секторам: к новостям, рекламе, развлечениям. То, что им предлагается, затрагивает, следовательно, и их, ведь именно в этом мире они должны проживать свою жизнь; и это касается их даже тогда, когда им отлично известно, что сами они никогда не попадут в те ситуации и никогда не будут играть те роли, которые им — как действительные или фиктивные — презентируются. Вместо этого им остается возможность идентифицировать себя с культовыми объектами или мотивами, которые предлагают им массмедийные скрипты. Индивиды, воспринимая массмедиа как текст или образ, существуют вне их реальности; переживая в себе эффекты их воздействий, они существуют внутри нее. Они неизменно вынуждены колебаться между «вне»

и «внутри», причем в парадоксальной ситуации: быстро, почти не теряя времени, будучи не в состоянии принимать решения. Ведь всякая позиция возможна лишь благодаря другой — и наоборот.

Из этого с необходимостью вытекает, что индивид должен сам для себя разрешать эту парадоксальность и сам конституировать свою идентичность или свою «самость». Используемые для этого материалы могут быть самыми обычными. Однако не существует никакой возможности перенимать некоторое «Я» по аналогии извне. Никто не может быть таким же, как кто-то другой. Никто не понимает себя как отображение другого. Тождество индивидов состоит лишь в необходимости использовать схемы для того, чтобы поддерживать их память. Но самосхематизация не может быть разгружена посредством иллюзии «объективной» (хотя и оспариваемой) реальности. Она, с одной стороны, не может быть оспорена, ибо никто не может предложить ее другому, а с другой — постоянно испытывает угрозу нового разложения. Ведь ни один индивид не может знать, что он останется тем же, кем он думал быть. Он не может это знать, ибо сам распоряжается этим знанием.

Структурные сопряжения между индивидами и обществом затрагивают всю реальностью. Это имеет значение для всех общественных формаций. Масс-медиа, тем не менее, варьируют структурные условия своих структурных сопряжений, ибо они изменяют как потребность в схемах, так и их ассортимент. Схемы и скрипты экологических страхов и необходимость схематизации собственной личности суть лишь крайние, специально отобранные примеры. И возможно, неслучайно, что оба этих внешних мира общественной коммуникации, комплексность вне-

человеческой природы и собственная динамика и непрозрачность человеческих индивидов, особенно зависимы от схем, а следовательно, от структурных сопряжений с системой массмедиа.

XVI. КИБЕРНЕТИКА ВТОРОГО ПОРЯДКА КАК ПАРАДОКС

Разработанная Хайнцем фон Ферстером кибернетика второго порядка[1] по праву считается конструктивистской теорией, если не манифестом операционального конструктивизма. Однако обратной связи не существует: конструктивистским теориям познания не обязательно свойственна строгость кибернетики кибернетики. Можно наблюдать [способы] познания как конструкции наблюдателя, что не связано с тезисом, что наблюдающие наблюдатели наблюдают себя самих в качестве наблюдателей. Это отличие настолько важно, что мы посвятим ему заключительную главу.

В предшествующих размышлениях мы руководствовались двумя исходными пунктами. Согласно первому, в случае массмедиа, как и в случае всех функциональных систем, речь идет об оперативно-замкнутых и поэтому аутопойетических системах. Во втором подчеркивалось, что это касается и всех типов познания, ибо и они суть операции и поэтому могут производиться лишь в рамках системы. Это сохраняет свое значение и в том случае, когда во внимание принимается то, что в обществе с системой массмедиа могут существовать коммуникации, исходящие из ее внешнего мира. Ведь и последние возможны лишь на основе знания, которое поставляется системой массмедиа; кроме того, средства массовой коммуникации понимают то, что им сообщается, лишь на основе своей собственной сети воспроизвод-

ства информации. Всякая коммуникация с массмедиа и внутри них остается связанной со схемами, которые для этого имеются в их распоряжении.

Проект этого теоретического описания осуществляется в модусе наблюдения второго порядка. В нем (теоретическом описании) наблюдаются и описываются наблюдатели. Оно, однако, не предполагает, что и сами массмедиа наблюдают себя в модусе наблюдений второго порядка. Средства массовой коммуникации обозначают содержание своих коммуникаций и поэтому должны его отличать. Например, они информируют о скандалах и должны при этом предполагать, что нескандальное поведение также было возможным. При этом, однако, от их рефлексии ускользает, что можно было бы поставить вопрос (который мог бы поставить социолог) о том, почему вообще наблюдение осуществляется в рамках схемы скандальное/нескандальное и почему частота использования этой схемы с очевидностью возрастает. Другими словами, массмедиа — как наблюдатели — остаются (и как мы скоро увидим: с полным основанием) невидимыми для самих себя. Они оперируют, обращаясь к миру, и не подвергают рефлексии то, что уже эта обращенность порождает непомеченное пространство, в котором они сами и пребывают.

Мы можем сформулировать это высказывание подругому, расколов наше понятие автономии. С одной стороны, существует аутопойетическая автономия, покоящаяся на оперативной замкнутости и означающая, что система может воспроизводить свои собственные структуры и операции лишь посредством собственных операций, то есть лишь из собственных продуктов. От этого следует отличать *когнитивную* замкнутость и соответственно когнитивную автоно-

мию. Она означает, что система во всех своих типах познания одновременно наблюдает и тот факт, что речь идет лишь о собственных наблюдениях. Лишь благодаря этому мы оказываемся на территории, которой так интересуется кибернетика второго порядка в строгом смысле.[2] При этом вопрос о том, кто является наблюдателем, ставится универсально и применяется также и к наблюдающей системе. Вместо вопроса о причинах, который должен был бы приводить к бесконечному регрессу, ставится вопрос о наблюдателе; и тот, кто хотел бы обосновать свои собственные переживания или действия, должен, следовательно, наблюдать самого себя как наблюдателя и тем самым выбор различений, которые направляют его наблюдение. Но как это возможно?

Очевидно, что с эмпирической точки зрения система массмедиа не оперирует на *когнитивно-замкнутом* уровне кибернетики второго порядка. Она, правда, различает между самореференцией и инореференцией. В рамках установки на инореференцию она сообщает о фактах и мнениях. Это включает возможность наблюдать наблюдателя. Поэтому и возникает обычное для современного общества наблюдение второго порядка. Но это ведет лишь к бесконечному регрессу в вопросе о том, какой наблюдатель, в свою очередь, наблюдает это. В самой системе не возникает конечной формы (Abschlussfigur) двусмысленной «наблюдающей системы»,[3] а именно автологического понимания: то, что относится к наблюдателям, существенно и для наблюдающей их системы. Благодаря различению самореференции и инореференции система массмедиа способна обозначать и себя саму в своем отличии от всего другого. Она может делать темой обсуждения собственные

структуры и операции, как если бы они являлись объектами. Она, однако, не задает дополнительного вопроса: как я оперирую в качестве наблюдателя и почему я различаю так, а не иначе? Посредством всех используемых ею различений она переносит себя саму в ненаблюдаемое, непомеченное пространство, и это сохраняется даже тогда, когда она обозначает саму себя в своем отличии от других. Всякое различение делает наблюдателя невидимым — но сам этот факт еще доступен познанию. Но, желая снять этот покров невидимости, он должен был бы себя обозначить, то есть себя отличить. И снова возник бы вопрос: кто же тот наблюдатель, кто различает так, а не иначе?

Это относится и к современному обществу, а также к тем условиям, которые сегодня некоторыми обозначаются как «постмодерн». Это сохраняет свое значение и тогда, когда отказываются от притязаний на абсолютную значимость, которые в традиции проявлялись под именами бога, природы или разума. Этот отказ изображают в виде релятивизма или историцизма. Допускается контингентность всех критериев и всех возможных позиций наблюдения. Но это лишь означает, что от любого различения можно перейти к другому, скажем, учитывать изменение моды или ценностей. Речь, между тем, идет о принятых схемах. Проблема изменения и контингентности может быть переварена, может получить выражение с помощью нормальных схематизмов массмедиа. Правда, тогда система оперирует на уровне более высокой неопределенности (Unsicherheit), но это относится и к другим функциональным системам: монетарной экономике, искусству, науке, политике. Принимая этот постмодернистский стиль выраже-

ния (Duktus), массмедиа лишь следуют требованиям формы общественной дифференциации. Однако с помощью непрерывной смены перспектив опять-таки невозможно зафиксировать наблюдателя, осуществляющего эти изменения посредством различения до/после. Под утверждением «Бог — мертв» подразумевают невозможность идентификации последнего наблюдателя.

Вот уже несколько лет — как реакцию на это открытие — можно наблюдать попытки смещения этой проблемы в область этики. Это касается общества, а значит, и массмедиа. Так, например, можно спроектировать некий этический код для журналистов и попытаться утвердить его посредством процессов самоконтроля, действующих в этой профессии. О том, что речь при этом не может идти об этике обоснования в академическом стиле, легко догадаться, если проследить академическую дискуссию о трансцендентальной, утилитаристской или ценностной этике. Во всех этих случаях дедуктивный подход к принятию решений потерпел неудачу. И это известно. Речь, следовательно, может идти лишь о конвенциях, которые неизменно сталкиваются с новыми ситуациями. Эта этика — если она не уплотняется до уровня норм права — не содержит никакого указания на то, как следует обращаться с тем, кто от нее уклоняется. Положение кибернетики второго порядка дает возможность рефлексивно осмыслить это бегство в этику как смещение проблемы. Но ведь и этика в любом ее конкретном понимании являет собой практику различения. Она различает стандарты и способы поведения, конформное и отклоняющееся и, прежде всего в моральном смысле, хорошее или плохое (либо злое) поведение. Кроме того, к ее пред-

посылкам относится то обстоятельство, что отклонения приписываются поведению, а не ошибочно выбранным стандартам или «этикету» («labeling»), как некоторое время полагали критически настроенные социологи.[4] Даже если в сильно морализированных областях приходится считаться с жесткими связями и эмоциональной напряженностью, кибернетика второго порядка может тем не менее задать такой вопрос: почему вы различаете именно так, а не иначе; или опять-таки: кто является наблюдателем, который пытается навязать именно эти схемы?

Такие авторитетные авторы в конструктивистской теории познания, как Умберто Матурана и Хайнц фон Ферстер, попытались на этой основе развить новую этику. Однако они не продвинулись дальше намеков, и остается вопросом,[5] насколько подобный подход может быть успешным. Ведь если бы от этики потребовали осуществлять различение и одновременно подвергать рефлексии то обстоятельство, что именно она осуществляет различение, она бы саботировала саму себя.

И на фоне многочисленных усилий по поиску этического фундамента кибернетика второго порядка снова и снова задает лишь этот вопрос: кто является наблюдателем? Этот вопрос она может адресовать всем наблюдающим системам, а значит, и самой себе. Тем самым подрываются все когнитивные, нормативные и моральные — то есть все этические коды. Это могло бы привести к возможности оспаривать всякую релевантность и всякую возможность эмпирического приложения кибернетики второго порядка. И все-таки следует остерегаться чересчур поспешных выводов. Ведь бросается в глаза, что в практически ориентированных усилиях, понима-

емых как терапия, эта кибернетика второго порядка играет все более важную роль. Совершенно очевидно, что это существенно для семейной терапии и организационного консалтинга. Но в том же аспекте можно рассмотривать и психотерапию или тот случай, когда по поводу не контролируемых медициной болей дают совет: наблюдай Твои боли. Ведь одновременно с конструктивистским концептом терапии была открыта и вполне реализуемая установка, которая формулируется при помощи парадокса.[6] Уже традиция риторики рекомендовала фигуру парадокса как технику для потрясения окостеневшей веры, communis opinio, common sense. Это функциональное описание сегодня может быть связано с кибернетикой второго порядка и благодаря этому получить теоретико-познавательное обоснование. Всегда есть возможность спросить о наблюдателе, но этот вопрос — также и применительно к себе самому — приводит к парадоксу, а именно к необходимому (injunktives) парадоксу. Он (вопрос) призывает к тому, чтобы сделать видимым нечто, что само для себя должно оставаться невидимым. Он противоречит самому себе. В нем воплощается перформативное самопротиворечие, которое не дает принимать ему догматичную форму или прописывать рецепты.

Этим обращением к парадоксу наблюдателя[7] кибернетика второго порядка преодолевает и все еще типичное для социологов и интеллектуалов различение «критического» и «утвердительного». Ведь и оно является различением, а значит, инструментом наблюдения. В результате наблюдения того, кто с помощью этого различения выбирает одну (а не другую) его сторону, появляется еще одна версия парадокса наблюдателя. Тот, кто (подобно большинству интел-

лектуалов) выбирает опцию «критическое», должен вести себя «утвердительно» по отношению к самому различению. Тот, кто выбрал опцию «утверждения», должен признавать различение, которое допускает критическую установку. Поэтому наблюдатель, который выбирает это различение, должен оставаться невидимым. Во всяком случае, он может сказать: я — парадокс моего различения, единство того, что я утверждают как различное.

Парадокс предлагает наблюдателю ту же самую концентрацию на единственном, не допускающем дальнейшего уплотнения пункте, что и автологическая, включающая себя саму кибернетика второго порядка. Уже этот тезис заставляет понимать, что кибернетика второго порядка дает форму парадокса тому, что наблюдается ее наблюдением. Это не должно означать остановки наблюдения. Как учат теория и практика системотерапии, форма парадокса — всего лишь промежуточная стадия. Прежде бывшие привычными различения с помощью вопроса о наблюдателе мы идентифицируем как парадоксальные; мы подводим их под вопрос о единстве различия, чтобы затем поставить вопрос о том, какие другие различения могут «развернуть» парадокс, то есть способствуют его новому разрешению. При таком рассмотрении парадокс являет собой временную форму, другая сторона которой образует открытое будущее, новую аранжировку и новое описание привычек как сомнительных. Как и в аутопойезисе, здесь также не существует никакой окончательной формы, которая не допускает вопроса о «до» и «после» — пусть даже речь идет об источнике происхождения или о цели. Конечно, можно делать предположения, но, если стремиться к консистентному обращению с киберне-

тикой второго порядка, можно говорить о них всего лишь как о поводах для размышлений. Первичная цель должна была бы состоять в том, чтобы научить своих клиентов во всех различениях самим видеть неотъемлемую парадоксальность, но в то же время видеть и то, что наблюдения возможны лишь в том случае, если эту парадоксальность вновь привести к форме различения, которая в данный момент кажется убедительной.

Занимая позицию кибернетики наблюдения второго порядка, социология тем самым не отказывается от коммуникации, но свою коммуникацию она — как терапевт — должна отсылать на обходные пути парадоксии. Особым поводом для этого может стать вопиющее противоречие между селективными процессами массмедиа и их успехом в конструировании реальности, на которую ориентируется общество. Мы повторяем поэтому наш вводный вопрос. Мы не спрашиваем о том, *что* имеет место; что за мир и что за общество нас окружает. Напротив, мы спрашиваем о том, *как* возможно, что информация о мире и об обществе признается информацией о реальности, если известно, *как* она производится.

ПРИМЕЧАНИЯ

ПРЕДИСЛОВИЕ

1. Vortrage G. 333, Opladen 1995.

I. ОБОСОБЛЕНИЕ КАК УДВОЕНИЕ РЕАЛЬНОСТИ

1. В данном случае Луман употребляет термин Ausdifferenzierung, в рамках его системной теории обозначающий момент функциональной дифференциации современного общества, приводящий к обособлению в его рамках новых систем. — *Прим. пер.*

2. Это важно и для социологов, которые уже не могут приобретать их знания, неспешно прохаживаясь, прислушиваясь и приглядываясь невооруженным глазом. Ведь именно тогда, применяя так называемые эмпирические методы, они — из средств массовой информации — уже знают то, что они знают и то, что не знают. Ср.: Rolf Lindner, Die Entdeckung der Stadtkultur: Soziologie aus der Erfahrung der Reportage, Frankfurt 1990.

3. Я это слышал и отчасти верю. Гамлет I. 1.

4. Подразумевается независимость социальных процессов от систем сознания, являющихся внешним миром для систем коммуникации. — *Прим. пер.*

5. Это соответствует идеям Хайнца фон Ферстера: Heinz von Foerster, Token for (Eigen-) Behaviors, in: Observing Systems, Seaside Cal. 1981, p. 103—115.

6. Об этой неустранимой неопределенности см.: Dennis McQuail, Uncertainty about the Audience and the Organization of Mass Communication, The Sociological Review Monograph 13 (1969), p. 75—84. Том Берне (Tom Burns, Public Service and Privat World, in: Paul Halmlos (Editor), Sociological Review Monograph 13 (1969), Keel, Staffordshire UK, p. 53—73) делает из этого вывод об особенной ангажированности производителя своими собственными продуктами.

7. В смысле Ханса Ульриха Гумбрехта: Hans Ulrich Gumbrecht/K. Ludwig Pfeiffer (Hrsg.), Materialitat der Kommunikation, Frankfurt 1988. Далее сравните: Siegfrid Weischenberg/Ulrich Hienzsch, Die Entwicklung der Medientechnik, in: Klaus Merten/

Siegfried Weischenberg (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien: eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 455—480.

8. Приходится отказываться от перевода немецкого слова Differenz как различение, поскольку Луман различает между различением (Unterscheidung) и дифференцией. — *Прим. пер.*

9. О логических следствиях этого различения см.: Elena Esposito, L'operazione di osservatione: Costruttivismo e teoria dei sistemi sociali, Milano 1992.

10. К дискуссии о «конструктивизме» как теории массмедиа смотрите: Hermann Boventer, Siegfried Weischenberg, Ulrich Saxer in: Communicatio Socialis 25 (12), Heft 2. Критически об этом: Niklas Luhmann, Der «radikale Konstruktivismus» als Theorie der Massmedien? Bemerkungen zu einer irreführender Disskusion, Communicatio Socialis 27 (1994), p. 7—12. Далее смотрите ряд докладов: Merten/Schmidt/Weischenberg (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien: eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994. Эта дискуссия страдает от сомнительного характера самопрезентации так называемого «радикального конструктивизма» Его радикальность должна состоять в редукции к идее, субъекту, употреблению знаков. Но эта позиция уже невозможна с точки зрения логики. При употреблении таких различений, как «идея/реальность», «субъект/объект», «знак/обозначаемое», невозможно отказаться от одной стороны различения, не отказываясь от самого различения. Не существует (см. «Феноменологию» Гуссерля) никакого бессубъектного объекта, никакой идеи, не соотнесенной с реальностью, никакого нереференциального использования знаков. Поэтому в «конструктивистской» стороне нужно приложить усилия к тому, чтобы эти различения, если они все-таки устарели, заменить на другие, скажем, на многократно проверенное различение системы и внешнего мира.

11. Более подробно об этом см.: Niklas Luhmann, Erkenntnis als Konstruktion, Bern 1988; ders., Die Wissenschaft der Gesellschaft, Frankfurt 1990.

12. Широко распространенное противоположное мнение см., например: N. Katherine Hayles, Constrained Constructivism, in: George Levine (Editor), Realism and Representation: Essays on the Problem of Realism in Relation to Science, Literature, and Culture, Madison Wisc. 1993, p. 27—43. См. также мою дискуссию с Катериной Хейлз, публикуемую в Cultural Critique (в данный момент в печати). Хейлз выдвигает предположение, что вне когнитивно-оперирующих систем существует некий недостижимый

«непосредственный поток» (unmediated flux), словно поток в себе; что, однако, система все-таки может удостовериться в реальности хотя бы благодаря тому, что поддерживает контакт с этим внешним миром, пусть и на внутренней стороне границы системы. «Хотя не может быть никакой внешней стороны, которую мы можем познать, *существует граница»* (с. 40). Однако тогда этот контакт должен был бы быть образованием гермафродитного типа: не внутри и не снаружи.

13. Производство смысла. — *Прим. пер.*

14. См., например: Hans Mathias Keplinger, Ereignismanagement: Wirklichkeit und Massenmedien, Zurich 1992.

15. «Современники (в отличие от греков. — *Н. Л.)* находят искусство поэзии в книжных лавках вместе со всеми содержащимися там и размноженными предметами, которыми они пользуются для наслаждения от первого», читаем мы у Жана Поля (Jean Paul, Vorschule der Asthetik, Werke Bd. 5, Munchen 1963 S. 74). Конечно, такое заклинание прошлого в образе греков само является результатом книгопечатания. Критика зависимости писателя от издателя/покупателя/читателя/рецензента может быть прослежена вплоть до начала XVIII столетия.

16. Об этом см.: Ralf Godde, Radikaler Konstruktivismus und Journalismus: Die Berichterstattung iiber den Golfkrieg — Das Scheitern eines Wirklichkeitsmodels, in: Gebhard Rusch/Siegfrid J. Schmidt (Hrsg.), Konstruktivismus: Geschichte und Anwendung. Delfin 1992, Frankfurt 1992, S. 269—288.

II. «САМОРЕФЕРЕНЦИЯ» И «ИНОРЕФЕРЕНЦИЯ»

1. Об этом см.: A. Moreno/J. Fernandez/A. Etxeberiria, Computational Darwinism as a Basis for Cognition, Revue internationale de systemique 6 (1992), p. 205—221.

2. Речь идет о том, что различение между наблюдателем и миром является внутренним различением наблюдателя, его внутренней схемой. У наблюдателя две возможности реализовывать «повторный ввод» — обнаруживать или помещать себя во внешнем мире как отличное от него (например, смотреть на себя в зеркале) или обнаруживать внешний мир в себе самом как отличное от себя (например, вспоминать прошлое). Возникает неопределенность в самолокализации. — *Прим. пер.*

3. См.: George Spencer Brown, Laws of Form, New York 1979. p. 56, 69.

4. Более подробно об этом см.: Elena Esposito, Ein zweiwerti-

ger nichtselbstandiger Kalkul, in: Dirk Baecker (Hrsg.), Kalkiil der Form, Frankfurt 1993, S. 96—111.

5. George Spencer Brown, Laws of Form, New York 1979, p. 57. Смотрите там же его важное разъяснение, что эта неопределенность не вытекает из употребления независимых переменных, которые репрезентирует для системы неопределенные состояния мира, а следует из установок самого исчисления. Итак, проблема неопределенности также не может быть разрешена через подстановку значений (которые могли бы вытекать из состояний мира) вместо независимых переменных математических уравнений. Мы можем дать этому следующую интерпретацию: эта проблема неопределенности, неразрешимая на уровне двузначного исчисления, является следствием обособления системы, которая принуждает ее к тому, чтобы посредством re-entry реагировать на таким образом данную дифференцию системы и внешнего мира. Следовательно, она реагирует посредством — лишь внутренним образом используемого — различения самореференции и инореференции.

6. См. его рецензии в журнале Whole Earth Catalogue, spring 1969, p. 14.

7. George Spencer Brown, Laws of Form, New York 1979, p. 58.

8. И в рамках общего исследования коммуникации эта амбивалентность рассматривается как необходимая. См.: Jurgen Ruesch/Gregory Bateson, Communication: The Social Matrix of Psychiatry, New York 1951, 2 issue, 1968, p. 238: «Нам никогда не может быть вполне ясно, обращаемся ли мы к миру, такому, каков он *есть,* или к миру, такому, каким мы его *видим».*

9. Это тоже не может осуществляться с помощью бинарных различений, на которые система ориентирует свои собственные операции, или, во всяком случае — с помощью двузначной логики высказываний, ориентированной на различение «истина/неистина». Об этом см.: Gotthard Giinter, Die historische Kategorie des Neuen, in ders., Beitrage zur Grundlegung einer operationsfahiger Dialektik Bd. 3, Hamburg 1980, S. 183—210; ders., Logik, Zeit, Emanation und Evolution, Hamburg, S. 95—135.

10. Ср.: Niklas Luhmann, Soziale Systeme: GrundriB einer allgemeiner Theorie, Frankfurt 1984, S. 46.

11. Ср.: Frank Marcinkowski, Publizistik als autopoietisches System, Opladen 1993, S. 46.

12. Этот тезис можно было бы развить более подробно в отношении тематической, а не *медицинской* близости к таким темам, как гомосексуальность или потребление наркотиков, далее — в

отношении к *политическим* вызовам, скрытым в данной тематике.

13. Подразумеваются сами массмедиа, а не их адресаты. — *Прим. пер.*

III. КОДИРОВАНИЕ

1. Вряд ли следует здесь объяснять, что это является в высшей степени существенным условием. Если кого-то спросят на улице о правильной дороге, то в рамках социальной системы он не может отреагировать, пропев «Лили Марлен», или встречным вопросом о том, надлежащим ли образом спрашивающий верит в Иисуса Христа. Жесткое ограничение возможностей осмысленного продолжения коммуникации указывает социологам, что без более широких системных дифференциаций общество может достигать лишь весьма незначительной сложности.

2. Для этого недостаточно одних лишь экономического учета и отчетности, а также известного с давних пор «кредита», который зависел от существующих социальных связей и доверия. Специально об этом см.: Michael Hutter, Communication in Economic Evolution: The Case of Money, in: Richard W. England (Editor), Evolutionary Concepts in Contemporary Economics, Ann Arbor 1994, p. 111—136.

3. Для этого недостаточно одного лишь властного превосходства, которое, со своей стороны, зависело от комплексных условий социальной поддержки.

4. Обратная коммуникация, естественно, полностью не исключается. В отдельных случаях она остается возможной, к примеру, в форме писем читателей или в форме провоцируемых звонков в студии радио- и телевещания. Но если такого рода отклики и появляются, они вовлекаются в аутопойезис системы. Избранные читательские письма можно напечатать или — еще в ходе текущей передачи — можно обратиться к телефонным откликам, которые высвечиваются на студийном экране студии, чтобы в удобное время быть востребованными и встраиваться в систему. Они служат для воспроизводства системы массмедиа, а не для установления контактов системы с ее внешним миром.

5. И здесь следует предварительно заметить, что это вовсе не исключает общественных коммуникаций устного, письменного, эпистолярного и телефонного типа, а также организованной ответственности, правовой обязательности и тому подобного. Политики индивидуально приглашаются на ток-шоу. Но, и это име-

ет решающее значение, *такие контакты осуществляются не в специфической форме массовой коммуникации.*

6. О других случаях кодирования см.: Niklas Luhmann, Codierung und Programmierung: Bildung und Selektion im Erziehungssystem, in ders., Soziologische Aufklarung Bd. 4., Opladen 1987, S. 182—201; ders., Die Wirtschaft der Gesellschaft, Frankfurt 1988, S. 85,187; ders., Die Wissenschaft der Gesellschaft, Frankfurt 1990, S. 194.; ders., Das Recht der Gesellschaft, Frankfurt 1993, S. 165; ders. Die Kunst der Gesellschaft, Frankfurt 1995 (в печати).

7. Можно указать и на противоположный случай системы медицины. Здесь лишь негативное значение, лишь болезнь может служить для присоединения следующих операций, в то время как здоровье служит в качестве рефлексивного значения.

8. Например, научное знание, получившее значение неистинного, реферируется второй, негативной стороной кода истинное/неистинное системы науки, однако не относится к ее внешнему миру системы, то есть остается научным. — *Прим. пер.*

9. Эта путаница восходит к наивности некоторых религиозных моралистов, которые предполагали, что лишь праведники, но не грешники принадлежат царству божьему (хотя уже в Библии можно найти противоположные утверждения).

10. Имеются в виду сообщения, которые после своего массового распространения потеряли информационную значимость. — *Прим. пер.*

11. Комплексность и циркулярность состоит в повторном обращении к потерявшим информационную значимость сообщениям, то есть в использовании негативной, рефлексивной стороны кода «информация/неинформация», поскольку в противном случае невозможно определить (от противного) информационную значимость нового. Программы — средство разорвать эту самоотнесенность и постоянный регресс к информативности неинформативного. — *Прим. пер.*

12. Здесь следует заметить, что информационную значимость сообщений — особенно в интеракциях между присутствующими и в обществах, которые знают лишь такой способ коммуникаций, — можно маргинализировать. Говорить нужно даже тогда, когда говорить не о чем, поскольку посредством участия в коммуникациях могут быть выражены благосклонность и [социальная] принадлежность, а в противном случае возникло бы подозрение в злокозненных замыслах. Об этом см.: The Problem of Meaning in Primitive Languages, in: C. K. Ogden/I. A. Richards, The Meaning of Meaning: a Study of the Influence of Language up-

on Thought and of the Science of Symbolism, London 1923, 10. issue, 5. print 1960, p. 296—336; Lorna Marshall, Sharing, Talking, and Giving: Relief of Social Tensions Among Kung Bushmen, Africa 31 (1961) p. 231—249. Рюш и Бэйтсон рассматривают это обстоятельство (применительно к современным отношениям) как разрешение парадокса при помощи позитивной метакоммуникации. «Коммуницируют («we are communicating"), хотя было бы парадоксальным коммуницировать: «we are not communicatig». В системе массмедийной коммуникации соответствующая проблема больше не обнаруживается на уровне коммуникации, ибо здесь господствует код «информация/неинформация»; она предстает в виде организационного требования заполнять печатное пространство и эфирное время, — большим числом рассказанных историй, заставками, музыкой (Jurgen Ruesch/Gregory Bateson, Communication: The Social Matrix of Psychiatry, New York 1951, 2 issue, 1968, p. 213).

13. См.: Gregory Bateson, Okologie des Geistes: Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektive, dt. Ubers. Frankfurt 1981, S. 488.

14. Например, смысл математического уравнения состоит в утверждении различия, которое не производит никакого различия. Это также означает, что алгебра (букв.: «математика уравнений». — *Прим. пер.)* уничтожает информацию и нейтрализует время (а именно более *позднее* различие).

15. Проводи различие *(англ.). —Прим. пер.*

16. См.: George Spencer Brown, Laws of Form, New York 1979, p. 3.

17. Читатель, возможно, заметит, что это высказывание соотносится с размышлениями об операционном конструктивизме.

18. Об этом различении см.: Donald M. MacKay, Information, Mechanism and Meaning, Cambridge Mass. 1969.

19. В этом заложено важнейшее различие между кодом массмедиа и кодом системы искусства. Произведения искусства должны выказывать достаточную амбивалентность, большое число возможных способов его прочтения. Особенно в современном искусстве этот признак — провокационным образом — доводится до крайности. См.: Umberto Eco, Opera aperta, (1962), 6. Aufl. Milano 1988. И вероятно, эта тенденция в выражении крайних требований к наблюдателю, в свою очередь, является реакцией на массмедиа и возможности технического копирования произведений искусства. «Finnigans Wake» — своеобразный протест против возможности чтения (название этого произведения Джойса

можно перевести двояко: «Поминки по Финнегану» и «Финнеганы просыпаются». — *Прим. пер.)*; и наоборот, стилистические требования, которые вбиваются в головы журналистов уже во время их обучения, диаметрально противоположны тенденциям к открытому произведению искусства. Ср., например: Harold Evans, Newsman's English, New York 1972. Чтобы освободить искусство текста от такого рода требований, на постмодерном жаргоне говорят о «читабельном» («readerly», «lisible») тексте.

20. Марсинковски видит код системы в различении «публичное/закрытое», где «публичное» является позитивным значением. Это, однако, не может объяснить своеобразную динамику системы, вытекающей из того, что система не может работать с тем, что уже обнародовано. Каждым выходом (Output) или «целью» публикации система всегда заканчивает свои операции и после этого может продолжить их лишь в том случае, если обходится с уже-известным как с негативным значением, на основе которого отмеряется то, что — как еще-не-известное — может готовиться к публикации. Аутопойезис состоит, следовательно, в непрерывном обмене значений — позитивного на негативное (Frank Marcinkowski, Publizistik als autopoietisches System, Opladen 1993, S. 65).

21. Об этом см.: Gregory Bateson, Okologie des Geistes: Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektive, dt. Ubers. Frankfurt 1981, S. 524.

22. Это бросается в глаза при сравнении со средневековой и раннесовременной риторикой, в которой при помощи слов «antiqui» и «moderni» или «ancience» и «modernes» обозначались лишь жившие раньше и живущие ныне, а их оценка вытекала из риторической диспозиции. См. литературу о спорах из-за «споров»: August Buck, Die «querelle des ancience et des modernes» im italienischen Selbstverstandnis der Renaissance und des Barock, Wiesbaden 1973; Elisabeth Goessmann, Antiqui und Moderni im Mittelalter: Eine geschichtliche Standortortsbestimmung, Munchen 1974, или Robert Black, Ancients and Moderns in the Renaissance: Rhetoric and History in Accolti's *Dialogue* of the Preeminence of Men of His Own Time, Journal of the History of Ideas 43 (1982), p. 3—32.

23. Тогда мыслимы все возможные комбинации: к примеру, глубинная амбивалентность 1в оценке «современности»] у Руссо или упорная, контрафактическая — и поэтому нормативная — позитивная оценка «современности» у Хабермаса.

24. См., например: Paul de Man, Literary History and Literary Modernity (1969), in his: Blindnis and Insight: Essays in the Rheto-

ric of Contemporary Critisism, 2. Issue, London 1993, p. 162—165. Или: Jiirgen Habermas, Der philosophische Diskurs der Moderne: Zwolf Vorlesungen, Frankfurt 1985.

25. Социологические странности (и конфузы) подобного дискурса широко представлены у Джефри Александера. См.: Jeffrey C. Alexander, Modern, Anti, Post, and Neo: How Social Theories have tried to Understand the «New World» of «Our Time», Zeitschrift fur Soziologie 23 (1994), p. 165—197.

26. Ср. Gilles Deleuze, Logique du sens, Paris 1969, p. 9.

27. Далее ср.: Frank Marcinkowski, Publizistik als autopoietisches System, Opladen 1993, S. 133.

28. До эпохи массмедиа говорили об «admiratio» (= изумлении, удивлении, восторге, ужасе перед отклонениями). Это предполагает наличие внешних побуждений и исключительный характер их проявления. Если массмедиа нормализуют новизну, то должно быть образовано подходящее для этого общее понятие. Об этом см.: Niklas Luhmann, Die Behandlung von Irritationen: Abweichung oder Neuheit?, in ders., Gesellschaftsstruktur und Semantik, Bd. 4, Frankfurt 1995. Впрочем, как аргумент в контексте некоторой эволюционной теории может использоваться не admiratio, а только понятия раздражения и раздражительности. По крайней мере, со времен Жана-Батиста Пьера Антуана де Моне де Ламарка (Jean-Baptiste Pierre Antoine de Monet de Lamarck, Philosophie zoologique, Paris 1809).

29. В рамках архитектуры парсоновской теории для этой функции беспокойства не предусматривается никакого места. Поэтому сторонники этой теории помещают массмедиа в область интегративной функции и медиума «влияния». Прежде всего, см.: Harry M. Johnson, The Mass Media, Ideology and Community Standarts, in: Jan J. Loubster et al (Ed.), Exploration in General Theory in Social Science: Essays in Honor of Talcott Parsons, New York 1976, Vol. 2, p. 609—638; Jeffrey C. Alexander, The Massmedia in Systematic, Historical and Comparative Perspective, in: Jeffrey C. Alexander/Paul Colomy (Ed.), The Mass Media in Systematic, Historical and Comparative Perspectives, New York 1990, p. 323—366. Это проблематично в силу разных причин, например, ввиду предпочтительности изображения конфликтов и отклонения от норм. И в целом нужно поразмышлять над тем, лежит ли вообще первичная ориентация массмедиа в социальном измерении или, скорее, во временном.

IV. СПЕЦИФИЧЕСКИЙ УНИВЕРСАЛИЗМ СИСТЕМЫ

1. Выражение «как базовая дифференция» возможно нуждается в комментариях. Само собой разумеется, что все системы различают интересующую их информацию, а значит — порождают безвоздушное пространство не-информативности. Однако лишь системы массмедиа подвергают эту дифференцию рефлексии, с тем чтобы уметь распознавать, какие операции принадлежат системе, а какие — нет.

2. Это термины Парсонса. О применении их к теории массмедиа см.: Jeffrey C. Alexander, The Mass News Media in Systemic, Historical and Comparative Perspective, in: Elihu Katz/Tamas Szecsko (Ed.), Mass Media and Social Change, London 1981, p. 19—51.

3. О взаимодействии этих областей в перспективе его исторического развития см.: Michael Schudson, Discovery the News: A Social History of American Newspapers, New York 1978.

V. НОВОСТИ И КОММЕНТАРИИ

1. Об этой, как и о типичных версиях истории газетного дела, см.: Lennard J. Davis, Factual Fictions: The Origins of the English Novel, New York 1983, p. 42. Впрочем, подобранный Дэвисом материал показывает, что необходимость привнесения нового и использования его как аргумента в маркетинге проявилась в XVI столетии, — прежде всего в секторе развлечений и в производстве дешевой печатной продукции, — гораздо раньше, чем возникла наука с ее понятием истины, специализированным на новых фактах и их объяснении.

2. См. комедию «The Staple of News» (Премьера в 1625 году, печатное издание датируется 1631 годом, цитируется по изданию: Ben Johnson (eds. C. H. Herford Precy/Evelyn Simpson) Bd. VI; Oxford 1966, p. 277—382), в особенности вставку «К *читателям»* после второго акта (p. 325): «Но *новости* делаются в виде многоразового продукта (еженедельный обман для вытягивания денег) и их никак не лучше не осудишь, чем предложив на обозрение эту диковинную *службу бумажной скрепки* (Office of Staple), где взрослый может увидеть ее собственную глупость или голод и жажду публикации памфлетов новостей, выходящих каждую субботу, но полностью сфабрикованных дома и не содержащих в себе ни грана правды». Итак, исходя из *организации* производства новостей, критика делает выводы о их *неистинно-*

сти. **Но в той же пьесе мы наталкиваемся на знаки «изумления восхищения»:**

«Sir, I admire,
The method of your place; all things within't
Are so digested, fitted and composed
As it shewes *Wit* has married *Order*».

Act I Scene У line 66—99.

Ben Johnson, «The Staple of News». (eds. C. H. Herfbrd Precy/ Evelyn Simpson) Bd. VI; Oxford 1966.

3. В рамках, скорее, профессионально-социологических подходов обнаруживаются все-таки и такие взгляды на «журналистику», которые не принимают во внимание другие формы медийно-технического распространения. Из последних работ см.: Bernd Blobaum, Journalismus als soziales System: Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbststandigung, Opladen 1994.

4. А если он неизвестен, то может оставаться неизвестным, детерминирован ли он вообще или нет. Этот вопрос можно оставить открытым и (отдать на откуп философам), ибо как в первом, так и во втором случае это не произвело бы никакого различия. Другими словами: решение *этого* вопроса не дает *никакого шанса на получение информации.*

5. Интерес к исследованию вопроса о факторах, определяющих значимость известий или новостную ценность возможных сообщений, восходит к И. Гальтунгу: Johann Galtung/Marie Holmboe Ruge, The Structure of Foreign News, Journal of Peace Research 2 (1965), p. 64—91. Типичный список, в котором, правда, зачастую отсутствуют важные пункты, а остальные получают чрезмерное членение, см.: Malcom Peltu, The Role of Communication Media, in: Harry Otway/Malcom Peltu (Ed.), Regulating Industral Risks: Science; Hazards and Public Protection, London 1985, p. 128—148. Обнаруживается следующая подборка критериев, имеющих своим источником растущее осознание риска: (1) актуальность и событийность; (2) драма и конфликт; (3) негативность, поскольку плохие новости обычно содержат драму и конфликт; (4) интерес к человеку; (5) фотогеничность; (6) простые сюжетные линии; (7) тематическая злободневность (принадлежность к структуре текущих новостей); (8) массмедийный каннибализм; (9) эксклюзивность; (10) социальное положение источника информации; (11) локальные интересы.

6. В более современном словоупотреблении теории систем и теории эволюции используют также понятия «аттракторов», указывая тем самым на структурные условия, которые влекут за со-

бой определенные операции. Чтобы избежать телеологических недоразумений, мы предпочитаем использовать понятие «факторов селекции».

7. Они все-таки извинительны, если оказываются целесообразными. «Как уже сообщалось в одном из сообщенй вчерашнего выпуска,...». Или они привносятся контрабандой как бы мимоходом с целью упрощения понимания информации теми адресатами, которые не следили за текущими событиями.

8. Роланд Робертсон (Roland Robertson, Globalisation: Social Theory and Global Cultur, Lodon 1992, p. 174) приводит заголовки шотландских газет 1912 года: Человек из Абердина пропал без вести в океане. Поводом послужила гибель «Титаника».

9. Особенно драматичным примером служит публичная дискуссия, посвященная обоснованию судебного приговора, вынесенного председателю Национальной партии Германии Деккерту в начале августа 1994 года. Судьи суда Мангейма допустили одиозную ошибку, использовав [категорию] «сила характера» по отношению к уголовно наказуемому деянию как смягчающее вину обстоятельство — аргумент, который вряд ли пришел им на ум применительно к рецидивистам в сфере автодорожных правонарушений, краж и т. д. Распространение информации об этом случае в массмедиа — ведь здесь затрагивалось политическое табу — побудило высказать свое неприятие даже федерального министра юстиции и федерального канцлера, что явилось некоторым прегрешением против демаркации, создаваемой такими конституционными основаниями, как правовое государство, разделение властей и независимость суда. Достойно удивления также и то, что массмедиа потребовали *столь быстрой* реакции в массмедиа, что даже не оставили времени органам правосудия для исправления своей собственной ошибки. Подобное нагнетание с помощью массмедиа напряженности применительно к вообщем-то достаточно незначительному событию может подвести нас к вопросу о том, какие предельные нагрузки правовое государство в Германии способно выдержать.

10. Ср.: Heinrich Popitz, Uber die Preventivwirkung des Nichtwissens: Dunkelziffer, Norm und Straffe. Tubingen 1968. Если сюда добавить сообщения массмедиа, напрашивается заключение, что именно скандализация отдельных случаев ведет к тому, что распространенность такого поведения недооценивается, а внимание привлекается, скорее, к самой норме.

11. Ср., например: Gunther Kaiser, Jugendrecht und Jugendkriminalitat: Jugendkriminologische Untersuchungen uber die Bezie-

hung zwischen Gesellschaft, Jugendrecht und Jugendkriminalitat, Weinheim. 1973, S. 43.

12. Рихард Мюнх (Richard Munch, Moralische Achtung als Medium der Kommunikation, in ders., Dynamik der Kommunikationsgesellschaft, Frankfurt 1955, S. 214) заключает из этого, что мораль как символически генерализированное средство современного общества подвержена инфляционным и дефляционным тенденциям. Предположительно, обе они проявляются одновременно (а не сменяют друг друга): много говорят о морали, а с некоторых пор и об этике, но не рискуют на нее положиться и воздерживаются от того, чтобы «расходовать» моральные символы в повседневной жизни.

13. Это, правда, еще не объясняет упрямую приверженность этому заблуждению, эту странную устойчивость социологической теории действия к данной критике. Речь здесь, видимо, идет о выдвинутой линии обороны субъекта, где он не должен называть свое имя, пока еще не должен представлять себя в понятии.

14. Об этом см.: John W. Meyer/John Boli/George M. Thomas, Ontology and Rationalisation in the Western Cultural Account, in: George M. Thomas et al., Institutional Structure: Constituting State, Society and the Individual, Newbury Park, Cal. 1987, p. 12—37.

15. Это, впрочем, соответствует древней истории слова и понятия «лицо/личность» (persona/Person). Об этом см.: Niklas Luhmann, Die Form «Person», in: ders., Soziologische Aufklarung Bd. 6, Opladen 1995, S. 142—154.

16. Специальные работы в рамках новейших современных исследований организации см.: James G. March/Johan R Olsen, Ambiguity and Choice in Organization, Bergen 1976. Также ср.: Martha S. Feldman, Order Without Design: Information Processing and Policy Making, Standford Cal. 1989. Раньше амбивалентность рассматривалась прежде всего как средство избавления от стресса или ролевых конфликтов.

17. См. Hans Kepplinger/Uwe Hartung, Storfall-Fieber: Wie ein Unfall zum Schlusselereignis einer Unfallserie wird, Freiburg 1995. Hans Mathias Kepplinger/Johanna Habermeier, The Impact of Key Events on the Presentation of Reality, European Journal of Communikation (в печати).

18. Это тоже издавна наблюдали с недоверием. У Бена Джонсона читаем:

«See divers men opinions! Unto some,
The very printing of them, makes them Newes;

That ha' not the heart to beleeve any thing,
But what they see in print».

Ben Johnson, The Staples of News, 1625/1631, Act I, Scene У
Zeile 51—54.

19. Особый вопрос состоит в том, принимают ли участие и сами массмедиа — организационно или с точки зрения журналистского этоса — в формировании такого смешения. Нужно, по меньшей мере, решить, придают ли здесь значение строгому различению известия и комментария, что типично прежде всего для англосаксонской прессы.

20. Об этом см.: Manfred Ruhl, Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, Bielefeld 1969; ders. Journalismus und Gesellschaft: Bestandsaufnahme und Theorieentwurf, Meinz 1980. К исследованиям Рюля примыкает целый ряд эмпирических изысканий, которые подтверждают его тезис о рутинном отборе информационно-значимых сообщений. Обзор см.: Frank Marcinkowski, Publizistik als autopoietisches System, Opladen 1993, S. 98. Больше всего при этом поражает, насколько сенсационное является продуктом рутины.

21. То есть не в достоверности сообщений. — *Прим. пер.*

22. См.: Heinz von Foerster, Objects: Token for (Eigen-) Behaviors, in: Observing Systems, Seaside Cal. 1981, p. 274—285; dt. Ubers. In: ders., Wissen und Gewissen: Versuch einer Brucke, Frankfurt 1993, S. 103—115.

23. О нейронной и психической памяти, об обращении к макромолекулярным единицам расчета консистенции см.: Heinz Forster, Das Gedachtnis: eine quantenphysikalische Untersuchung, Wien 1948. Его же: Quantum Mehanical Theory of Memory, in: Cybernetics: Circular Causal, and Feedback Mechanisms in Biological and Social Systems. Transactions of the Sixth Conference 1949, New York 1950, p. 112—134. Его же: Was ist Gedachtnis, dafi es Ruckschau *und* Vorschau ermoglicht, in: Wissen und Gewissen: Versuch einer Brucke, Frankfurt 1993, S. 299—336.

24. О первых дискуссиях об искусстве в Италии XVI века (в XVII веке факт притягательности лишь нового уже стал чем-то само собою разумеющимся) см.: Baxter Hathaway, Marvels and Commonplaces: Renaissance Literary Criticism, New York 1968, p. 158.

25. Очевидно, что это соответствует древней монастырской традиции, в которой отражалось усиление внутреннего характера религиозного опыта через избегание коммуникации. В то же самое время, то есть в XVIII веке, янсенисты отождествляют не-

прозрачность мотивов других с непрозрачностью собственных мотивов для самого индивида.

26. С этим ср.: Wlad Godzich, Vom Paradox der Sprache zur Dissonanz des Bildes, in: Hans Ulrich Gumbert/K. Ludwig Pfeiffer (Hrsg.), Paradoxien, Dissonanzen, Zusammenbriiche: Situationen offener Epistemologie, Frankfurt 1991, S. 747—758.

VI. СЛУЧАЙ РИКУПЕРО

1. Это название могло бы привести к ложному представлению, будто бы речь здесь идет о политической партии, которая сохраняет собственную организационную идентичность независимо от исхода выборов. Но в Бразилии — другая ситуация (исключение составляет Партия труда).

2. Parabolisch vs. Diabolisch (дьявольский) — игра слов, которая указывает на удвоение реальности массмедиа, осуществляемое наблюдателем. Фигура дьявола у Лумана — символическое выражение наблюдателя второго порядка. — *Прим. пер.*

3. Сообщения во всех бразильских газетах от 3 сентября 1994 года.

4. В разговоре министр заявил: «A unica forma que eu posso provar o meu distanciamento do PSDB ё criticar o PSDB». Цитировано по журналу Veja от 7 сентября 1994 года, с. 32. Журнал назвал данный случай «стриптизом Рикуперо» и прокомментировал «E1e desnudou seu cёreЬro».

5. Кардосо получил 41,6% (по прогнозам — 42,8%), Лула 20,3% (по прогнозам — 21%). Увеличилось лишь число воздержавшихся: от 11% до 12,9%.

6. Здесь, однако, все-таки надо заметить, что из этого нельзя делать выводы применительно к другим странам с более длительным опытом демократии и менее отчужденным низшим слоем.

7. Так же комментирует и журнал Veja: «Obvio que todo mundo diz uma cosa em publico e outras no ambito privado, as pessoas de confianca. O chato, para o ministro, ё que tot mundo sabe, por experiencias proprias, que as conversas particulares sao muito sinceras do che as declaracoes publicas».

VII. РЕКЛАМА

1. Это, в частности, один из моментов, по которым реклама отличается от искусства, — при всем заимствовании в дизайне.

2. Об этом понятии в другой связи (но тоже применительно к

парадоксии) см.: Dietrich Schwanitz, Laurence Sternes *Tristram Shandy* und der Wettlauf zwischen Achilles und der Schildkröte, in: Paul Geyer/Roland Hagenbüchle (Hrsg.), Das Paradox: Eine Herausforderung des abendländlichen Denkens, Tübingen 1992, S. 409—430. Его же: Kommunikation und Bewusstsein: Zur systemtheoretischen Rekonstruktion einer literarischen Bestättigung der Systemtheorie, in: Henk de Berg/Matthias Prangel (Hrsg.), Kommunikation und Differenz: Systemtheoretische Ansätze in der Literatur- und Kunstwissenschaft, Opladen 1993, S. 101—113.

3. Следует отметить еще и то, что эту парадоксальность, в свою очередь, маскируют при помощи латинского языка, хотя хорошо осознают, что знание латинского уже не может предпосылаться [восприятию рекламы].

4. См.: «Gemischte Bilanz für die Sportwerbung im Olympiajahr: Deutlich höhere Erinnerung an die Förderer, aber auch Kritik am Sportsponsoring. Eine Erhebung». In: Frankfurter Allgemeine Zeitung. 16.01.1993, S. 10.

5. Здесь непременно см.: Pierre Bourdieu, La distinction: Critique sociale de Jugement de goûte, Paris 1975.

6. Ср.: Roland Barthes, Systeme de la mode, Paris 1967.

7. «Если мода, достоинство, взрывной блеск великого события влекут человека к этому зрелищу, — комичное исчезает» (G. Senac de Meilhan, Consideration sur l'esprit et les moeurs, London 1787, p. 321).

8. Более подробно об этом: Niklas Luhmann, Die Kunst der Gesellschaft, Frankfurt 1995.

9. Ср.: Robert Goldman/Stephen Papson, Advertising in the Age of Hypersignification, Theory, Culture and Society 11/2 (1994), p. 23—53.

10. Ср. Richard Münch, Dinamik der Kommunikationsgesellschaft, Frankfurt 1995, S. 94.

11. Источник: Frankfurter Allgemeine Magazin vom 01. September 1995, S. 28.

VIII. РАЗВЛЕЧЕНИЕ

1. Иное дело — сухое перечисление набранных очков, победителей и проигравших.

2. Имеется в виду, конечно, специально натренированная для этого Kopulier-кошка Жана Поля. См.: Jean Paul, Die unsichtbare Loge, Werke (Hrsg. Norert Müller) Bd. 1, München 1, i960, S. 7—469 (28).

3. Можно было бы возразить, что понятие игры здесь используется всего лишь метафорически, примерно в том смысле, в котором говорят о языковых играх. Можно было бы согласиться, однако метафорика весьма часто становится промежуточным шагом в развитии общей теории. Ведь тогда можно было бы сказать, что существует общая теория игры, где социальные игры являют собой лишь особый случай.

4. Амбивалентный статус этой маркировки (она относится к игре и не относится к ней) обсуждает Жак Деррида, руководствуясь кантовской критикой способности суждения и не решенной там проблемой parerga, рамок, орнамента. Jacques Derrida, La verite en peinture, Paris 1978, p. 44.

5. О трудностях эволюции этого (поначалу совершенно неправдоподобного различения) в связи с возникновением современной журналистики и современного романа см.: Lennard J. Davis, Factual Fictions: The Origins of the English Novel, New York 1983. Впрочем, в то же самое время возникает и современная статистика, которая также основывается на том, что приходится различать реальную реальность отдельных случаев и фиктивную реальность статистических агрегатов.

6. «Знаете ли, что именно это множество маленьких вещиц поддерживает иллюзии» (Eloge de Richardson, Diderot, (Euvres (ed. de la Pleiade), Paris 1951, p. 1089—1104 (1094)).

7. Изобретением этой формы «импликативных сущностей» («inferential entities») — как в романах, так и в собственной реальной жизни мы обязаны XVIII столетию, а именно своеобразному двойному развитию: в теории познания от Локка через Беркли к Юму и Бентаму и в романе. В *художественной форме* романа эта форма ныне достигла своего завершения и, видимо, воспроизводится исключительно в форме *развлечения.* О XVIII столетии, о вдохновленных этой эпохой, основывающихся на «нарративных» биографиях, стимулированных литературой реформах тюремного распорядка в Англии см.: John Bender, Imagening the Penitentiary: Fiction and the Architecture of Mind in Eighteenth-Century England, Chicago 1987.

8. Из многочисленных сочинений об истории театра особенно интересно следующее: Jean-Christophe Agnew, Worlds Apart: The Market and the Theater in Anglo-American Thought, 1550—1750. Cambridge Engl. 1986. Связь между развитием рынка и развитием театра в Англии XVI столетия, которую пытается выявить Энью, могла бы оказаться весьма полезной и в отношении зависимостей между рекламой и развлечением в современной систе-

ме массмедиа. Ведь в обоих случаях речь идет об обманчивой, однако прозрачной манипуляции и закулисной, контролирующей саму себя индивидуальности, которая обладает собственными мотивами и интересами, а не просто переживает и претерпевает природу или акт творения. В системно-теоретической формулировке эта параллель рынка и театра в конечном счете покоится на том, что процесс обособления высвобождает индивидуальность и принуждает ее к саморегулированию.

9. См.: Baltasar Gracian, Criticon (1651—1657), цитируется по немецкому переводу: Hamburg 1957.

10. Поддержания интереса. — *Прим. пер.*

11. Ср.: Lennard J. Davis, Factual Fictions: The Origins of the English Novel, New York 1983.

12. См.: «Regeln und Winke fur Romanschreiber», § 74 der Vorschule der Asthetik, zit. Nach Werke Bd. 5, Munchen 1963, S. 262.

13. Напротив, то ощущение, что вместе с развлечением растрачивается время, проистекает из другого мира: мира заботы о душевном спасении и пуританского духа предпринимательства. Богатый материал на эту тему смотрите в сочинении: Russel Frase, The War Against Poetry, Princeton 1970, S. 52.

14. См.: Ludwig Tieck, Peter Lebrecht: Eine Geschichte ohne Abenteurlichkeiten, zit. nach Ludwig Tieck, Friihe Erzahlungen und Romane, Munchen, S. 136. Сам роман преследует цель уйти от напряжения («приключенчества») ради допущения его повторного прочтения — исключительно в силу «хорошего» качества текста. Со мной это не прошло!

15. Об этом см.: Schwanitz (1992 und 1993).

16. То же самое, как показывает Дэвис (Lennard J. Davis, Factual Fictions: The Origins of the English Novel, New York 1983, p. 212), существенно для возникающих в это же время современных «идеологий». Очевидно, что имеет всеобщее значение то обстоятельство, что латентность этого механизма порождения имеет своей функцией обеспечение в массмедийно распространяемых текстах ясного различения самореференциальных и инореференциальных отнесений.

17. Смотрите об этом, например, в следующих работах: Cleanth Brooks, The Well Wrought Urn: Studies in the Structure of Poetry, New York 1947, или: Michael Riffattere, Semiotics of Poetry, Bloomington, Ind. 1978. Но и это, впрочем, является указанием на дифференциацию массмедиа и системы искусства.

18. Об этом критерии см.: Christoph Menke-Eggers, Die Souveranitat der Kunst: Asthetische Erfahrung nach Adorno und Der-

rida, Frankfurt 1988, S. 71. Атакже: M. C. Beardsley, Aesthetics: Problems in the Theory of Criticism, New York 1958, p. 414.

19. Более общие принципы этого см.: Alois Hahn/Rudiger Jakob, Der Korper als soziales Bedeutungssystem, in: Peter Fuchs/Andreas Gobel (Hrsg.), Der Mensch — das Medium der Gesellschaft, Frankfurt 1994, S. 146—188.

20. «В которой ни он, ни кто-либо другой от начала времен не знает ни правил, ни рисков, ни ставок» *{англ.).* См.: The Education of Henry Adams: An Autobiography (1907), Boston, 1918, p. 4. Весь текст является единственной иллюстрацией подразумеваемой здесь проблемы индивида, претерпевающего взлеты и падения (Oszillation) собственной карьеры.

21. Michel Serres, Le Parasite, Paris 1980. Вследствие этого массмедиа сами являются паразитами второго порядка, паразитирующими на паразитизме своих зрителей.

22. Это не отрицает того, что значительную роль играют известные эффекты подражания, прежде всего в сфере модной одежды, причесок, «непринужденной» жестикуляции и открытой демонстрации сексуальных интересов.

23. Именно это подразумевается под — зачастую неправильно истолковываемым — понятием «симпатии» Адама Смита: «Симпатия проистекает, следовательно, не столько из видимого аффекта, сколько, напротив, из видимой ситуации, которая вызывает этот аффект» (Adam Smith, The Theory of Moral Sentiments, 1759). Цитировано по немецкому переводу: Leipzig 1926, Bd. 1, S. 9). Ему вторят и современные исследования деятельности по приписыванию смысла, в которых, в свою очередь, наблюдается, что действующие лица понимают и объясняют свои действия, исходя из ситуации, в то время как наблюдатели в большей степени проявляют тенденцию к тому, чтобы приписывать их свойствам самих действующих лиц.

24. Исходный пункт более поздних дискуссий см.: Edward Young, Conjectures on Originals Compositions (1759). Цитировано no: The Complete Works, London 1854, Nachdruck Hildesheim 1968, Bd. 2, S. 547—586, Ср.: также: Stendhal, De l'amour (1822). Здесь обнаруживается проблема типового противоречия между человеком-копией (homme-copie) и аутентичным поведением: «это качество некоторой души, которая не возвращается к себе самой (cette qualite d'une ame qui ne fait aucun retour sur elle-meme) (Ibid., p. 99). Смотрите также противопоставление характеров Титана и Рокероля (Roquairol), испорченного преждевременными переживаниями, то есть чтением: Jean Paul. Titan. Werke

Bd. II, Munchen 1969, S. 63—661. Целостный концепт должен вызывать у читателя контрадикторный вопрос: как можно было бы устроить так, чтобы обладать нерефлексированной аутентичностью и сохранять ее, вопреки чтению.

IX. ЕДИНСТВО И СТРУКТУРНЫЕ СОПРЯЖЕНИЯ

1. На ото указал при обсуждении моего доклада в Академии наук земли Северный Рейн—Вестфалия господин Шульц-Торнау, член земельного ландтага.

2. В этом контексте о возникновении журналистского пафоса объективной корреспонденции см.: Schudson (a. a. O) (1978). О доминировании рекламы в американской печати сравните с опытом Генри Адамса как издателя Северо-Американского обозрения (North American Review). «Секретам успеха редактора можно было легко научиться; высшим успехом было заполучить рекламные объявления. Десять страниц рекламы приносят редактору успех; пять характеризуют его как неудачника» (The Education of Henry Adams: An Autobiography, Boston 1918, p. 308).

3. Переключение каналов во время рекламы. — *Прим. пер.*

4. О выделении «сигнальных систем» см.: Raymond Williams, The Sociology of Culture, New York 1982, p. 130.

5. Подобно экономике, функция которой состоит не в накоплении богатства, и политики, функция которой не в том, чтобы находиться у власти (an-der-Macht-sein) и т. д.

6. Подробнее об этом: Niklas Luhmann, Die Wissenschaft der Gesellschaft, Frankfurt 1990, S. 53, 181.

7. Впрочем, здесь нельзя утверждать о равном распределении наблюдателей. В случае рекламы может быть большее количество наблюдателей, утверждающих, что над рекламой доминирует скорее экономика, нежели наоборот. Однако это означает ведь только то, что желающие раскрыть вопрос о том, как общество разрывает этот круг, должны наблюдать наблюдателей.

8. Это *различение* выделяется в знаменитом сочинении Климента Гринберга (Clement Greenberg, Avant-Garde and Kitsch (1939), цитируемом по переизданию того же автора: Art and Culture, Boston 1961, p. 3—21), очевидно направленном против советских и национал-социалистических попыток политически дисциплинировать искусство. Однако задолго до этого уже были попытки, исходя из современного искусства, навести мосты и преодолеть пропасть между «высоким» и «более низким» искус-

ством. Об этом см.: Victor Burgin, The End of Art Theory: Criticism and Postmodernity, London 1986, p. 2.

9. Примечательным случаем исключения является тщательно планировавшаяся в прессе и на телевидении антикоррупционная компания итальянской прокуратуры и судей. Здесь была проведена осознанная медийно-политическая работа — при том, что вытекающие из этого следствия потом не повлекли за собой политической ответственности.

10. Подобные соображения высказываются по поводу сферы новостей. Но тогда остаются реклама и развлечения, которые нужно было бы присовокупить к каким-то иным системам, скажем, к системе экономики или некой (трудно идентифицируемой) системе потребления «свободного времени».

11. См.: Niklas Luhmann, Das Recht der Gesellschaft, Frankfurt 1993.

12. Скрытые качества *(лат.). —Прим. перев.*

X. ИНДИВИДЫ

1. Раннее представление этого понятия мотива, примыкающего к концепции Вебера, дал Ч. Райт Миллс: С. Wright Mills, Situated Actions and Vocabularies of Motive, American Sociological Review 5 (1940), p. 904—913. Сопоставьте с его же работой: Language, Logic und Culture, American Sociological Review 4 (1939), p. 670—680. Более подробно изложение этой проблемы смотрите: Kenneth Burke, A Grammar of Motives (1945) and A Rhetoric of Motives (1950) — цитировано по однотомному изданию: Clevend 1962, более подробно о правилах приписывания см.: Alan F. Blum/Peter McHugh, The Social Ascription of Motives, American Sociological Review 36 (1971), p. 98—109.

2. О «взаимопроникновении» в этом смысле более подробно смотрите: Niklas Luhmann, Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie, Frankfurt 1984, S. 289.

3. О «homo oeconomicus» экономической системы и «homo iuridicus» системы права см.: Michael Hutter/Gunther Teubner, Der Gesellschaft fette Beute: *homo oeconomicus* und *homo iuridicus* als kommunikationserhaltende Fiktionen, in: Peter Fuchs/Andreas Gobel (Hrsg.), Der Mench — das Medium der Gesellschaft? Frankfurt 1994, S. 110—145. Впрочем, то же самое имеет значение для так называемого «методологического индивидуализма» и понятия «рационального выбора» в социальных науках. Здесь также индивидуальность отдельных людей учитывается не конкретно, а

лишь настолько, насколько это необходимо для конструкции объяснений, функционирующих согласно методологическим критериям.

4. Мода на «portraits» или на «caracteres» в XVII и XVIII столетиях, иронически прокомментированная Дидро, в свою очередь, явилась продуктом книгопечатания *и поэтому не должна восприниматься слишком серьезно.* См.: Denis Diderot, Satire I, sur les Caracteres et le Mots de Caracteres, de Professions, etc., in: CEuvres, Paris 1951 (ed. de la Pleiade), p. 1217—1229.

XI. КОНСТРУКЦИЯ РЕАЛЬНОСТИ

1. Эта *аргументация* и тот факт, что мир повседневности, жизненный мир, фольклор etc. может представать в виде научных понятиях, обнаруживается лишь с середины прошлого столетия, то есть вместе с крушением метафизических конструкций мира и началом поиска других оснований для наблюдения «реальности».

2. Об этом см.: Debra E. Meyerson, Acknowledging and Uncovering Ambiguities in Cultures, in: Peter J. Frost et al. (Ed.), Reframing Organizational Culture, Newbury Park Cal. 1991, p. 254—270.

3. Ср.: Niklas Luhmann, Das Risiko der Kausalitat, Ms. 1995.

4. Понимание коммуникации состоит в ее дифференцировании на сообщение и информацию. Сообщение — есть то, что стремится преподнести мне мой коммуникативный партнер, например, попытаться меня дезинформировать или мной манипулировать; информация — это то, что я воспринимаю в его сообщении, то, что меняет коммуникацию, заставляет течь ее по-другому, например, если я распознаю попытку меня дезинформировать. Понять — значит отличить информацию от сообщения, отличить нужное для меня от вкладываемого партнером (латентного) смысла. Ниже будет ясно, что подозрения в манипулировании со стороны массмедиа и есть выделение *сообщения* в рамках информации (или информации в рамках сообщения), то есть *понимание коммуникации. —Прим. пер.*

5. «To cut corners to catch the criminals" — формулирует Джонатан Каллер на примере Оливера Норта в афере «Иран-контрас» (Johnathan Culler, Framing the Sings: Critisism and its Institutions, Oxford 1988, p. 50).

6. Хорошим исследованием моральных установок в бывшей Югославии, обусловленных еще родовой принадлежностью, ко-

торые лишь поверхностно прикрывались официальной марксистско-титоистской идеологией, распространяемой в массмедиа, стала защищенная в Билефельде диссертация Душана Врбана: Dusan Vrban, Culture Change and Symbolic Legitimation: Functions and Traditional Meaning of Symbols in the Transformation of Yugoslav Ideology, Ms. 1985. В то время автор не мог найти издателя.

7. См.: Odo Marquard, Aesthetica und Anaesthetica: Philosophische Uberlegungen, Padeborn 1989.

8. Jean Paul, Traum eines bosen Geistes vor seinem Abfalle in: Werke: Auswahl in zwei Banden, Stuttgart 1924, Bd. 2, S. 269—273 (269).

9. Ср.: Rene Girard; Des choses cachees depuis la fbndation du monde, Paris 1978.

10. На переднем плане социологически-социально-психологических исследований проблемы справедливости, которые, видимо, тоже страдают от этого впечатления, стоит как раз данная проблема распределения, а вовсе не старая проблема «Suum cuique», предполагающая сословную дифференциацию. Относящееся к правовой системе правило, что одинаковые случаи должны решаться одинаковым образом, а разные — по-разному, также не включается в проблему справедливости. О социально-научном исследовании проблемы справедливости см., например: Elaine Walster/G. William Walster/EUen Berscheid, Equity: Theory and Research, Boston 1978; Michael Walzer; Spheres of Justice: a Defence of Pluralism and Equality, Oxford 1983; Volker H. Schmidt, Lokale Gerechtigkeit — Perspektiven soziologischer Gerechtigkeitsanalyse, Zeitschrift fur Soziologie 21 (1992), S. 269—283.

11. «Чтение романов, помимо некоторых иных душевных расстройств, имеет своим следствием и то, что развлечение становится житейским делом», — полагал еще Иммануил Кант («Антропология в прагматическом отношении», § 45). Это развлечение наступает, согласно Канту, вопреки систематике изложения, а значит, вопреки его внутренней правдоподобности, в силу того, что читатель в ходе чтения способен «отклоняться», — предположительно, в тех направлениях, которые позволяют ему делать выводы о собственной жизненной ситуации.

12. Сравните с предостерегающими советами Жака дю Воска: Jacques du Bosq, L'honneste femme, Rouen 1639, p. 17, или более критический трактат: Pierre Daniel Huet, Traite de l'origine des romans, Paris, 1670. Эти позиции, правда, относятся к роду литературы, который тогда носил название «романса» и существенно

отличался от того, что начиная с XVIII столетия называется романом, — не в последнюю очередь благодаря идеализации героев и ситуациям, удовлетворявшим условиям «приукрашенности» и «правдоподобности». Современный роман воздействует гораздо сильнее (однако и более опосредованно) и обольстительнее.

13. Это часто изображалось — с негативными коннотациями — как жизнь из вторых рук, как знание на основе вторичного опыта. Впрочем, это — старая тема. Об этом см.: Walter Lippmann, Public Opinion, New York 1922. К ней же относится и неразличимость собственного или лишь усвоенного опыта. Однако, поскольку в любом случае знания непредставимы вне коммуникации, это ценностное суждение само нуждается в анализе. Как же при помощи именно этого различения *не-аутентично1 аутентично* наблюдать результаты воздействий массмедиа, не осознавая, что желание переживать аутентично, из себя самого, со своей стороны, внушено именно этим различением?

14. Таково весьма распространенное сегодня понимание. См.: Jean Baudrillard, Die Agonie des Realen, Berlin 1983. Или: Martin Kubaczek, Zur Entwicklung der Imaginationsmaschinen: der Text als virtuelle Realitat, Faultline 1 (1992), S. 83—102.

15. Кстати, это — явный парадокс, который, однако, во времена Канта мог оставаться скрытым: *понятие* самореференции противоречит генерализируемое™ в перспективе самореференциальной системы. Такого противоречия не возникает, если генерализация является темой для внешнего наблюдателя.

16. Для сравнения: в бесписьменных родовых обществах коммуникация в первую очередь, видимо, служила для постоянного тестирования солидарности, то есть для того, чтобы документировать племенную принадлежность, добрую волю, миролюбивость. Ключевой пункт состоит в самохарактеризации сообщающего (и именно потому, что это не становится содержанием сообщения, «текстом»). Тот, кто молчит, навлекает на себя подозрения, производит опасное впечатление, — как будто он задумал что-то злое, о чем он не хотел бы говорить. Смотрите также текст и литературу в примечании 9 третьей главы.

17. Выражение Романа Ингардена: Roman Ingarden, Das literarische Kunstwerk (1931), 4. Aufl. Tubingen 1972, S. 261.

18. Скажем, в смысле Карла Маннгейма: Karl Mannheim, Ideologic und Utopie, 3. Aufl. Frankfurt 1952.

19. Смотрите роман Петера Шнайдера (Peter Schneider, Paarungen, Berlin 1922), который фокусирует место повествования — пивную, — которое служит для постоянного прерывания

рассказов, в которых хотят рассказать о чем-то, что в свою очередь прерывается, а именно, о любви.

20. Культурное многообразие *{англ.). —Прим.. пер.*

21. О туризме смотрите, например: Dean MacCannell, The Tourist, New York 1976. Сравните с работой того же автора: Staged Authenticity: Arrangement of Social Space in Tourist Settings, American Journal of Sociology 79 (1973), p. 589—603.

22. Когда при посещении паломнической церкви Рокамадур я должен был заплатить за вход во вторые врата второй раз, то привратник, заметив мое удивление, объяснил: «Уже сотни лет здесь нет ничего бесплатного!»

23. Избыточных возможностей *(нем.). —Прим. пер.*

XII. РЕАЛЬНОСТЬ КОНСТРУКЦИИ

1. Причем именно по отношению к обозначению использованных различений: *«Указанное Здесь,* на котором я задерживаюсь, есть точно также одно из *этих* Здесь, которое на самом деле есть *не это* Здесь, а некоторое Впереди и Сзади, некоторое Вверху и Внизу, некоторое Вправо и Влево. <...> Это Здесь, на которое надо указать, исчезает в других Здесь, но и эти точно так же исчезают» (Гегель Г. Ф. В., Феноменология Духа / Пер с нем. Г. Шпета. СПб.: Наука, 1992, с. 56—58).

2. Влад Годзих так перефразирует позицию Поля де Мана: «Именно сопротивление языка языку лежит в основании всех прочих форм сопротивления». Смотрите: Paul de Man, The Resistance to Theory, Foreword, Minneapolis 1986, p. XVIII. Это понимание следует дополнить уже упомянутым диссонансом образов (Godzich a. a. O. 1991).

3. Ср.: Elisabeth Noelle-Neumann, Offentliche Meinung: Die Entdeckung der Schweigespiralle, Frankfurt 1991.

4. Разве только в тех случаях, когда сами предположения о корреляциях между распределениями данных (переменных) этого исследования удается представить как «теорию».

5. Специальное исследование об этом см.: Jurgen Ruesch/Gregory Bateson Communication: The Social Matrix of Psychiatry, New York 1951, Second edition 1968, p. 238.

6. О рекомендациях развития в этой ненадежной области см.: Paul Watzlawick, Verschreiben statt Verstehen als Technik von Problemlosungen, in: Hans Ulrich Gumbrecht/K. Ludwig Pfeiffer (Hrsg.), Materialitat der Kommunikation, Frankfurt 1988, S. 878—883.

7. В этом специальном смысле, как известно, еще и сегодня теория систем говорит о коммуникативных парадоксах как следствии не-различенности логических «уровней», которые сами по себе должны были бы различаться. См.: Ruesch/Bateson a. a. O. S. 222, и в дополнение к этому — системно-терапевтические школы Пало Альто и Милана.

8. То, что фундаментализмы являются новыми явлениям последних десятилетий и что речь идет не о «глубоко укорененных» традиционных ощущениях, а об успехах убеждения со стороны интеллектуалов, среди которых можно предположить наличие проблемы идентификации, — уже не оспаривается в современной социологической литературе. Как мотив побуждения, так и успех могли бы подтвердить утверждаемую в тексте связь со способом воздействия массмедиа.

9. Об этом см.: Susie I. Tucker, Entusiasm: A Study in Semantic Change, Cambridge England 1972.

XIII. ФУНКЦИЯ МАССМЕДИА

1. Данное кратко резюмированное определение понятия я более подробно представил в другом месте. См.: Niklas Luhmann, Die Wissenschaft der Gesellschaft, Frankfurt 1990, S. 68.

2. См.: A. Moreno/J. Fernandez/A. Etxeberria, Computational Darwinism as a Basis for Cognition, Revue internationalede systemique 6 (1992), p. 205—221.

3. В терминологии Джорджа Спенсера Брауна (Op. cit., S. 7, 5).

4. О преимуществах дигитализированного, частотного, последовательного, опирающегося на «способности передачи» ("transmission capasity») способа функционирования на фоне гигантского множества информации см.: W. Ross Ashby, Systems and their Informational Measures, in: George J. Klir (Ed.), Trends in General Systems Theory, New York 1972, p. 78—97.

5. Более подробно об этом см.: Niklas Luhmann, Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie, Frankfurt 1984, S. 191.

6. Впрочем, это относится — в совершенно другом аспекте — и к живым организмам, элементарные экземпляры которых (одноклеточные) могут осуществлять познание исключительно на основе бинарных схематизации (за которые отвечают субпроцессы системы, но не система в целом) и должны проводить измерения, для [результатов] которых во внешнем мире не имеется никаких соответствий.

7. Об этом см.: Marcinkowski, op. cit., S. 113.

8. Сравните с точкой зрения Жана-Батиста Пьера Антуана де Моне де Ламарка (Jean-Baptiste Pierre Antoine de Monet de Lamark, Philosophie zooloqique, Paris 1809, перепечатка Weinheim 1960, Bd. I, S. 82 ff.).

9. Так в тексте. — *Прим. пер.*

10. См.: Talcott Parsons/Winston White, Commentary on: «The Mass Media and the Structure of American Society», Journal of Social Issues 16 (1960), S. 67—77.

11. Поэтому мы еще раз возвращаемся к уже сказанному: для *оперативного замыкания системы* массмедиа требуется особенное кодирование. Если мы будем учитывать лишь коммуникацию как таковую, то массмедийная деятельность представлялась бы лишь в виде механизма поддержки аутопойезиса общества, то есть рассматривалась бы лишь в аспекте того вклада, который она вносит в дифференциацию общественной системы.

12. Об этом см.: Heinz von Foerster, Objects: Token for (Eigen-) Behaviors, in: Observing Systems, Seaside Cal. 1981, S. 274—285. Специально о рекурсивности коммуникативных операций смотрите того же автора: Fur Nicklas Luhmann: Wie rekursiv ist Kommunikation? Theoria Sociologica 1/2 (1993), S. 66—85. Ответ Ферстера на этот вопрос гласит: коммуникация есть рекурсивность, — само собой, с математическими следствиями.

13. С этим противопоставлением сравните сильно ограничивающее понятие «квази-объектов» Мишеля Серра: Michel Serres, Genese, Paris 1982, p. 146.

14. Об этом см.: Spenser Brown, цит. изд. (1979). S. 54.

15. Эта проблема появляется уже в пророческих формулировках ранних романтиков.: «Обычное настоящее связывает прошлое и будущее через ограничение. Благодаря застыванию, кристаллизации возникает непрерывность (Konitguitat). Но есть и духовное настоящее, которое и то, и другое идентифицирует через разложение» (Novalis, Werke, Tagebiicher und Briefe Friedrich von Hardenbergs, Bluthenstaub 109. Darmstadt 1987, Bd. II, S. 283). Между тем эту возлагаемую на «дух» надежду едва ли кто-то захочет перевести в массмедийную сферу.

16. Так утверждает Хайнц Ферстер: Heinz von Foerster, Das Gedachtnis: Eine Quantenphysikalische Untersuchung, Wien 1948. Сравните с его же произведением: What is Memory that it May Have Hindsight and Foresight as well, in: Samuel Bogoch (Ed.), The Future of the Brain Sciences, New York 1969, p. 19—64.

17. Ср.: Dirk Baecker, Das Gedachtnis der Wirtschaft, in ders.

et al. (Hyrsg.), Theorie als Passion, Frankfurt 1987, S. 519—546. Правда, нужно добавить, что для коррекции этой типично экономической экономически необходимой забывчивости в некоторых случаях может использоваться правовая система.

XIV. ПУБЛИЧНОСТЬ

1. Dirk Baecker, Oszillierende Offentlichkeit, in: Rudolf Maresch (Hrsg.), Mediatisierte Offentlichkeiten, (в печати).

2. Ср.: Niklas Luhmann, Die Wirtschaft der Gesellschaft, Frankfurt 1988, S. 91.

3. Ср.: Niklas Luhmann, Die Beobachtung der Beobachter im politischen System: Zur Theorie der offentlichen Meinung, in: Jiirgen Wilke (Hrsg.), Offentliche Meinung: Theorie, Methoden, Befunde. Beitrage zur Ehren von Elisabeht Noelle-Neumann, Freiburg 1992, S. 77—86.

4. Ср., например: Francis Bacon, Of Simulation and Dissimulation, Bacon's Essays, London 1895, p. 12—15; Juan Pablo Matur Rizo, Norte de Principes (1626), Madrid (1945), Kap. XXI, S. 119—122; Torquato Acetto, Delia dissimulazione onesta (1641), Benedetto Croce/Santino Caramella (Ed.), Politici e moralisti del ceicento, Bari 1930, p. 143—173; Madeleine de Scuderi, Conversasions sur divers sujets Bd. 1, Lyon 1680, p. 300.

Дополнительную литературу см.: Ulrich Schulz-Buschhaus, Uber die Vorstellung und die ersten «Primores» des Heroe von Gracian, Romantische Forschungen 91 (1971), S. 401—430; August Buck, Die Kunst der Verstellung im Zeitalter der Barock, Festschrift der Wissenschaftlichen Gesellschaft der Johann Wolfgang Goethe-Universitat Frankfurt am Main, Wiesbaden 1981, S. 85—113; Margot Crise, Justification et critique du concept de la dissimulation dans l'oevre des moralistes du XVIIe siecle, in: Manfred Tietz/Volker Kapp (Ed.), La pencee religieus dans la litterature et la civilisation du XVIIe siecle en France, Paris 1984, p. 147—168. Эта литература отчетливо показывает укоренение политических проблем утаивания в общих моральных правилах высших слоев. Поэтому критика тайной политики (Arcanpolitik) и требование публичности одновременно являются индикатором для обособления политической системы; ведь эти требования, конечно же, не могут переноситься на поведение тех, кого ныне считают «приватными персонами».

5. Специально об этом см.: Keith Michale Baker, Politics and Public Opinion Under the Old Regime: Some Reflections, in: Jack

R. Censer/Jeremy D. Popkin (Ed.), Press and Politics in Pre-Revolutionary France, Berkely Cal. 1987, p. 204—246.

6. В смысле: Mary Hess, Models and Analogies in Science, Notre Dame 1966, p. 167.

XV. ОБРАЗОВАНИЕ СХЕМ

1. Об этом см. десятую главу.

2. Сравните со следующими широко цитируемыми основаниями: Frederic C. Barlett, Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology, Cambridge Engl. 1932; Eduard C. Tolman, Cognitive Maps in Rats and Men, Psychological Review 55 (1948), p. 189—208; Erving Gofmann, Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience, New York 1974. Roger C. Schank/Robert P Abelson, Scripts, Plans, Goals, and Understanding, Hillsdale N. J. 1978 or Robert P Abelson, Psychological Status of the Script Consept, American Psychologist 36 (1981), p. 715—729. Терминологию можно было бы упросить. Мы останавливаем свой выбор на понятии схемы и в особых случаях временных порядков используем понятие скрипта.

3. Например, см.: Dennis A. Gioia/Charles C. Manz, Linking Cognition and Behavior: A Script Processing Interpretation of Vicarious Learning, Academy of Management Review 10 (1985), p. 527—539; Henry P Sims, Jr. /Dennis A. Gioia et al., The Thinking Organization, San Francisco 1986.

4. См.: Arthur C. Graesser et al., Memory for Typical and Atypical in Scripted Activities, Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory 6 (1980), p. 503—515; Joseph W. Alba/Lynn Hasher, Is Memory Schematic? Psychological Bulletin 93 (1983), p. 203—231.

5. А именно, в разделе «О схематизмах чистых понятиях рассудка» своей «Критики чистого разума» (B 176).

6. См., например: Gerald R. Salancik/Joseph F. Porac, Distilled Ideologies: Values Derived from Casual Reasoning in Complex Environment, in: Sims/Gioia, цит. изд., p. 75—101.

7. «Закрепление» здесь подразумевается в смысле психологической теории, которая подчеркивает эвристическую ценность понятий укоренения (anchoring), присутствия (availability), предметного исчисления (topical account) и т. д. См.: Amos Tversky/Danial Kahneman: Availabilit: A Heuristics for Judging Frequency and Probability, Cognitive Psychology 5 (1973), p. 207—232; Amos Tversky/Danial Kahneman: Choices, Values, and Frames, Amer-

ican Psychologist 39 (1984), p. 341—350. Ср.: Robert E. Nisbett/ Lee Ross, Human Inference: Strategies and Shortcomings of Social Judgment, Englewood Cliffs 1980.

8. Более новые публикации см., например: Gerhard de Haan (Hrsg.), Umweltbewusstsein und Massmedien: Perspektiven okologischer Kommunikation, Berlin 1995.

9. Salancik/Porac, цит. изд. (1988).

10. Ср., например: Hazel Markus, Self-Schemata and Processing Information About the Self, Journal of Personality and Social Psychology 35 (1977), p. 63—78.

11. О состоянии исследования см.: Intersubjective Communication and Ontogeny: Between Nature, Nurture and Culture: Theory Forum Symposium Pre-Proceedings, Oslo, The Norwegian Akademy of Science and Letters 25— 30. August 1994.

12. См.: Stein Braten, Between Dialogic Mind and Monologing Reason, Postulating the Virtual Other, in: M. Campanella (Ed.), Between Rationality and Cognition, Torino 1988, p. 205—235; The Virtual Other in Infant's Minds and Social Feelings, in: A. H. Wold (Ed.), The Dialogical Alternativ, Oslo 1992, p. 77—97.

13. Добродетель, сила, действительность *(лат.). —Прим. пер.*

14. Об этом см.: Raymond Williams, цит. изд. (1982), p. 137, 145.

15. См. Anthony, Earl of Shaftsbury, Soliloque, or Advice to an Author (1710), in: Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times, UK 1968, Bd. 1, p. 151. Тему раздвоенной самости (Divided Self) у Шефтсбери см.: Jan Hendrick van den Berg, Divided Existence and Complex Society, Pittsburgh 1974.

16. См.: Jean-Jacques Rousseau, Confessions. Особенно интересно начало первой книги: «Я создан непохожим ни на кого из тех, кого я видел; я смею верить, что создан быть непохожим ни на кого из тех, кто существует. Если я не лучше, по крайней мере, я другой». И еще примечательно, что эту самотематизацию бытия-другим Руссо переносит и на свой текст: «Я создаю творение, примеров которому никогда не было и исполнить которое не сумеет ни один подражатель» (Oeuvres complete, ed. de la Pleiade, Paris 1959, p. 5). Если Руссо из неповторимости себя самого заключает об исключительности своего текста, является ли тогда он сам текстом? Или это смешение необходимо для того, чтобы защититься от подозрения, будто речь идет о схеме? О современной критике этого пункта смотрите примечания к указанному изданию (p. 1231).

17. На тему поисков воспитания смотри также: The Educa-

tion of Henry Adams: An Autobiogrphy, New York 1918. Впрочем, в этом тексте Адаме действует в трех ипостасях: как сочинитель, как рассказчик и как тот, о чьих тщетных поисках воспитания и повествуется. Здесь, следовательно, тоже сообщается нам о необратимо потерянной идентичности, которая, во всяком случае, уже не может определяться происхождением, семьей, местом (Бостон) и временем (XVIII век).

XVI. КИБЕРНЕТИКА ВТОРОГО ПОРЯДКА КАК ПАРАДОКС

1. Смотрите сборник: Observing Systems, Seaside Cal. 1981

2. Применительно к организациям см.: Frederick Steier/Kenwyn K. Snith, Organizations and Second Order Cybernetics, Journal of Strategic and Systemic Therapies 4, 4 (1985), p. 53—65.

3. Heinz von Foerster, цит. изд. (1981).

4. Ср.: John I. Kitsuse, Societal Reactions to Deviant Bahavior: Problems of Theory and Method, Social Problems 9 (1962), p. 247—256; Edwin M. Lemert, Human Deviance, Social Problems, and Social Kontrols, Englewood Cliffs N. J. 1967.

5. Хайнц фон Ферстер, опираясь на Витгенштейна, считает, что такая этика должна была бы оставаться ***имплицитной.*** Но разве это не значит, что она должна была бы оставаться ненаблюдаемой? См.: Heinz von Foerster, Implizite Ethik, in ders.: Wissen und Gewissen, цит. изд., S. 347—349. Его же: Ethics and Secondorder Cybernetics, Cybernetics & Human Knowing 1 (1992), p. 9—25.

6. Ср.: Gregory Bateson/Don D. Jackson/Jay Haley/John Weakland, Toward a Theory of Schizophrenia, Behavior Science 1 (1956), p. 251—264. Особое влияние оказала работа: Maria Selvini Palazzoli et al., Paradoxen und Gegenparadoxen, Stuttgart 1978. Обзор см.: Kurt Ludewig, Systemische Therapie: Grundlagen klinischer Theorie und Praxis, Stuttgart 1992.

7. Об этом также см.: Niklas Luhmann, The Paradox of Observing Systems, Cultura Critique 31 (1995), p. 37—55.

А. Ю. АНТОНОВСКИЙ

МАССМЕДИА — ТРАНСЦЕНДЕНТАЛЬНАЯ ИЛЛЮЗИЯ РЕАЛЬНОСТИ?

Откуда возникает новость, а вместе с ней и *единственная* известная *реальность,* выходящая за пределы повседневности, — главный вопрос этого исследования Лумана. И этот вопрос подразумевает другой: что делает новость новостью, а известие — известием. Ведь не сам же факт транслируемого события. Событие уже произошло, неважно, было ли оно освещено в СМИ или нет. И все же чуть ли не обиходной стала мысль, что реальность и ее история творится (а не репрезентируется!) средствами массовой информации. Речь, следовательно, идет о «внешнем» селекционном критерии «реальной реальности», который был бы достаточным для «преобразования» последней в «реальность массмедийную», а по существу, являлся бы единственным критерием реальности, когнитивно доступной для общества в целом. Ведь средства массовой коммуникации есть не что иное, как медиум самоописания общества, то есть средство, при помощи которого общество «смотрит» на самого себя, средство, с которым по универсальности и широте взгляда может соперничать разве что «социальная система науки». Но можно ли найти такой «внешний» критерий, если мы не можем вырваться из пределов системы массмедиа, если и это исследование Лумана, в свою очередь, все-

го лишь массмедийное событие, если это рядовая публикация, вплетенная в рекурсивную структуру массмедийных коммуникаций? Призванное выявить действительную, глубинную основу массмедиа, оно остается элементом последних, а значит, дефинитивно не способно выйти за пределы своих собственных системных границ. И именно пишет Луман в первых строчках своего труда: «То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа».

Неофит в глобальной системе Никласа Лумана, охватывающего все общественные сферы от религии и науки до медицины и любви, не сразу продерется через новые понятийные тернии, призванные отобразить специфику современности. «Избыточность», «контингентность», «рекурсивность», «самореферентность», «re-entry», «редукция комплексности», «аутопойезис» — всего лишь некоторые из них. Ведь *новое* (мировое общество, глобализация информационных потоков, глобальная наднациональная дифференциация) может быть понята только *новой* теорией. С некоторых пор мы не можем отвечать на старые вопросы старыми ответами, какими бы надежными и очевидными они нам не казались. Очевидность превращается в тривиальность и больше не служит в качестве удостоверяющего средства — в том числе и в силу массмедийно-обусловленных требований, предъявляемых к любой публикации. Но эта *новая* теория появления *нового* и, прежде всего, ежеминутно обновляемой массмедийной информации должна претендовать и на пространственно-историческую универсальность, не может быть теорией *только* этих современных явлений, а значит, быть новой. Ведь чтобы объяснить новое, нужно по-

другому переобъяснить старое. Нужна не теория массмедийной глобализации и информационного общества, а теория общества, объясняющая все, включая коммуникации в примитивных сообществах, и уже исходя из этого предсказывающая будущую глобализацию. Нужна такая теория общества, которая бы рассматривала и себя саму как часть общества, как функциональную подсистему социальной системы науки, одновременно являющейся в этом случае и наблюдающей, и наблюдаемой инстанцией, а поэтому неизбежно сталкивающейся с парадоксами.

В этой статье мы не можем подробно останавливаться на этом. Но об одном нельзя умолчать: фундаментальной предпосылкой всей лумановской теории является следующая. Единственным объектом «адекватной» социологической теории является коммуникация, ориентированная на коды-различения. Все остальные подходы, например, рассмотрение в качестве объекта теоретического анализа таких антропомерных фикций или «староевропейских» категорий, как субъект, сознание, человеческая рациональность, цели и средства, люди или классы людей, стратификация, человеческая мораль и свобода, язык, конечно, тоже дают возможность построения теории. Но не человек и его сознание со всеми перечисленными импликациями, а коммуникация и способы ее воспроизводства (коды, среди которых и код массмедиа) — подлинный предмет социологического анализа и *единственная* общественная реальность, по отношению к которой все человеческое являет собой «внешний мир». Коммуникации, как уже сказано, «самостоятельно» выстраивают свои системы, «отбирая» именно то, что этой системе коммуникаций должно принадлежать. Одним из таких регуля-

тивных селективных кодов является код власти/безвластия.

1. МАССМЕДИА И ВЛАСТЬ: ВОПРОС О МАНИПУЛЯЦИЯХ

Есть много истин, правда лишь одна,
Штампованная, признанная правда...
На все потребности и вкусы, и мозги.
Ее обычно сервируют к кофе,
Оттиснутой на свежие листы,
Ее глотают наскоро в трамваях,
И каждый, сделавший укол с утра,
На целый день имеет убежденья
И политические взгляды,
Может спорить, шуметь в собраньях
и голосовать.

Максимилиан Волошин

Парадокс этого отношения в том, что газета хочет и должна убеждать, и в этом — залог ее успеха. Правда, иметь успех и убедить себя и других в своем успехе — суть равнозначные массмедийные достижения, поскольку успех, как «реальный», так и «мнимый», в любом случае принимает массмедийную форму. Однако в их способности к убеждению масс-медиа ограниченны по определению: просто в силу их ориентированности на новое, страстное желание отказаться от всего старого и, прежде всего, от старых убеждений. Это конститутивный парадокс масс-медиа: убеждать, не имея для этого средств, ведь завтра все должно быть по-другому, а старые, пусть и надежные, убеждения — безнадежно устарели.

Задача убедить в своей правоте становится еще более трудной, ведь массмедиа — не просто «априорные лгуны», они еще и будто бы являются и «средствами» манипулирования со стороны чужих интересов.

Кричащим примером такого «влияния» стала инсценированная «прямая связь» президента В. Путина с «народом». Заготовленные вопросы производили впечатление, что власть — устами массмедиа — разговаривает сама с собой. Но ведь, по Луману, по-другому и не бывает в силу замкнутости любой социальной системы. И эта «недоступность» политических коммуникаций для «исключенных» участников системы усиливается «недоступностью» средств массовой коммуникации для «обратного влияния» со стороны ее адресатов. «Обратная связь» и в случае массмедиа, и в случае политики всегда конструируется самими этими системами. Они, как монады, не имеют окон. Но заметная глазу грубость *конструирования «обратной связи»* и отбора «народных участников» эфира — свидетельство лишь топорности работы, но не фальсификации или манипуляции. Если бы даже задающие вопрос люди даже не отбирались специально, или отбирались более искусно, — это бы ничего не изменило в факте *«инсценированности»* такого рода обратной связи, в том обстоятельстве, что устами и президента и его собеседников «говорят» массмедийные коммуникации, по своему определению исключающие всякий обратный контакт. Конструкции могут быть искусными (НТВ) и грубыми (ОРТ, РТР), но когда в дело вступила системная дифференциация и обособилась массмедийная система, у нее больше нет времени заниматься глупостями и вступать в «посторонние контакты» с теми, кому они обращаются. Она не может вырваться из системы своих внутренних коммуникаций: лишь в беседе режиссера и директора решается *вопрос реальности,* вопрос о том, что мы, зрители, любим и хотим смотреть, слушать и читать, с каким событи-

ем мы должны быть ознакомлены. И после того, как это решено, всегда найдутся те, кто это любит и этого хочет. Система массмедиа конструирует, таким образом обе реальности: и реальную, и массмедийную, а вопрос об их разделении — всегда интерпретация, а значит, собственная конструкция какого-то наблюдателя, например, системы науки.

Итак, массмедиа формируют (в том смысле, что «представляют себе» его именно таковым) «общественное мнение», и сами вынуждены реагировать, приспосабливаться к этим своим «представлениям» о нем, учитывать их в выстраивании своих собственных коммуникаций (беседа режиссеров, корреспондентов, редакторов etc.). В этом смысле РТР-реальность и НТВ-реальность равнозначны — просто потому, что не существует критериев для идентификации подлинно-реального. РТР сформировала свою — для нее всегда гипотетическую — аудиторию и «приспосабливается» к ней (что значит: к себе самой) в своих внутренних коммуникациях.

Из специфики — всегда недостающего — системного времени проистекает интересный факт: то, что получает «информационную значимость» для «безответных» коммуникаций с аудиторией, адресатами массмедиа, всегда протекает в модусе «рутинных» операций. Массмедийное выстраивание реальности, поиск информационно-значимого (интересного, захватывающего, нового) — чуть ли не бессознательная активность, следствие ее оптимизации в условиях дефицита времени. Безучастный стиль новостных программ, «имперсональность», «фактуальность», «объективность», тщательное разделение между новостями и их оценкой в комментариях (особенности прежде всего англосаксонской прессы оказываются)

— вовсе не стиль, не свидетельство непредвзятости в поиске истины, а единственно возможное протекание системных операций. Бесстрастность, объективность и беспартийность, которые так удивляют нас в новостях CNN, — это вовсе не позиция, не массмедийная политика. Это всего лишь выражение рутинности в отборе информационно-значимых сообщений. Им это просто не может и не должно быть интересно, ибо только в такой рутинной форме возможно достичь оптимальной скорости эффективной переработки информации в условиях ограниченности ресурса времени. Интересное — отвлекает, на него нужно время, поэтому эмоция — удел читателей, слушателей и телезрителей.

Манипуляция — или «подозрение в манипуляциях» (то есть представление о том, что массмедиа формируют общественное мнение) — реальность совсем иного уровня. В метасфере, в области наблюдения наблюдателей (социологии массмедиа, репортажа массмедиа о массмедиа и даже в данной статье) осуществляется фундаментальное и неизбежное человеческое исчисление, открытое еще Аристотелем, распределение причин событий на внутренние и внешние. Отсюда проистекало и понимание свободы как движения или изменения, имеющего внутренний источник. Манипуляция в этом случае была бы проявлением внешнего влияния, а следовательно, несвободы. Вопрос, однако, состоит в том, существует ли это манипулирование само по себе, или же оно всегда лишь такая же массмедийная фикция, поскольку оно само доступно наблюдению лишь в массмедийной форме. И кроме того: чтобы сделать вывод о «чуждом» или «внешнем» влиянии, нужно ведь узсе «применить» данный схематизм или различение: скажем,

честность/тенденциозность, — которые в конструктивистской теории Лумана являются фундаментальными средствами конструирования реальности. Вот и оказывается, что этот выбор между «двумя сторонами формы» между внутренним и внешним, между манипуляцией и «честным» материалом — всего лишь плод нашего «исчисления», его осуществляют не масс-медиа, этот «выбор» делаем мы — наблюдатели второго порядка, — скажем, в наших кухонных или академических дискуссиях.

Не существует мотивов, «существующих сами по себе», но есть «приписывание мотивов» — уже в силу «оперативной замкнутости» систем друг для друга. Тривиальный пример: то, бросила ли девушка платок с целью привлечения внимания молодого человека (манипуляция) или она его случайно уронила, никогда не удастся достоверно определить. Ведь «системы сознания» тоже закрыты друг для друга. Фальсификация РТР означает только одно — это СМИ так «видит» (конструирует) свою реальность, думая, предполагая, но никогда не зная этого точно, что ее так же «видят» из Кремля, хотя там носят другие очки, конструируют другую реальность и применяют другие «конструктивные различения».

Подозрение в манипуляции есть подозрение в неиспользовании собственного массмедийного кода: информация/неинформация. Но на это сама система не способна реагировать по определению. Она может выбрать между информационно-значимым и неинформативным, но не в состоянии выбирать между двумя кодами, скажем, между кодом власти и кодом информации и превратить эту различие в фактор отбора своих сообщений (то есть информации), в метод конструирования ее реальности. Различать между

различениями, как уже говорилось, могут лишь наблюдатели особого рода.

Подведем итог: в самих массмедиа нет манипуляций и нет фальсификаций, а есть лишь правила селекции событий. Фальсификация и манипуляция — значения, которые приписывает наблюдатель для организации своих *собственных* (например, научных или политических) коммуникаций. Вся беда в том, что обвинитель и обвиняемый здесь равноправны. А не манипулирует ли тот, кто обвиняет? — спросит обвиняемый, а чем он мотивирован и чьи интересы он представляет? Ведь и «наблюдатель наблюдателей» (любимое сочетание Лумана) — остается наблюдателем со своим ограниченным сектором обзора. А значит, нет процедур однозначного (независимого от чьего-то наблюдения со своими кодами) и общезначимого выявления этого «чуждого» влияния и «чуждых» интересов, тенденциозности или объективности.

Между властью и массмедиа, конечно, же существует много аналогий, просто потому, что и то и другое являются социальными системами и регулируются смысловыми схематизмами или кодами. Смысл — различение между потенциальностью (неопределенностью, т. е. горизонтом возможных системных элементов, коммуникаций) и актуальностью (реализовавшимся, присоединяющимся действием, и поэтому осмысленным в контексте именно специфической системы) — равным образом используется обеими системами. Неопределенность, порождаемая, транслируемая, редуцируемая власть имущим,[1]

1. См.: Луман Н. Власть. Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2001.

является одним из важнейших властных ресурсов. Но порождение неопределенности и ее снятие в эпилоге — основание любого (массмедийного) развлечения — фильма, романа. Властитель развлекается, создавая неопределенность и ее редуцируя, а роман берет власть над читателем, не отпускает его, создавая и разрешая неопределенность.

2. МАССМЕДИА И ДЕНЬГИ

Из государственных мануфактур,
Как алкоголь, как сифилис, как опий,
Патриотизм, спички и табак, —
Из патентованных наркотиков *Газета*
Есть самый сильнодействующий яд.
Максимилиан Волошин

Да, действительно, массмедиа, как правило, являются «экономическими субъектами», ориентируются на прибыль и в этом смысле предлагают на рынке то, что стоит дороже, а не истину или «объективную реальность». Все знают об этой «экономической тайне» или конститутивной «продажности» массмедиа, и тем не менее покупают газеты и смотрят телевизор. Им не верят, но именно *поэтому* и читают. Этот парадокс подмечен и у Булгакова: «Никогда не читайте советских газет». Юмор как раз в том, что нельзя читать, но нельзя и не читать, потому что других («правдивых», «объективных») газет не бывает. Проблема ведь не в том, что вымысел более интересен, чем *реальность,* о которой и идет речь в этой книги. Нынешняя научная, космическая, техническая реальность куда как увлекательнее явного вымысла. Напротив, всякий вымысел интересен, если он «позиционируется» как реальность. Феномен бульварной прессы доказывает, что людей привлекает не-

что другое. Им интересны парадоксы. Например, парадокс «достоверной лжи», то есть заведомая ложь, «сервированная» под правду, в которую никто не верит. Немецкий «Бильд», американский «Фокс Ньюс» или «Московский Комсомолец» — примеры институциализации такого рода синтеза несовместимого.

Помимо «новостей и комментариев» к системе массмедиа, согласно Луману, принадлежит и реклама. И снова парадокс: реклама не скрывает своих целей: формирует мотивы, откровенно манипулирует, принимая на себя «смертельный грех» всех остальных массмедиа, чем обеспечивает им «спасение». Но именно благодаря этой «откровенности» в обнародовании мотивов рекламе удается их «спрятать». Она делает их «неузнаваемыми»: адресат знает, что от него требуют покупок, но не догадывается, *как* у него выманивают денежки. Ведь адресат рекламы не различает информации (латентных свойств товара) и сообщения (способов его навязывания) и волей-неволей концентрируется на рекламе как целом, не понимая этой ее внутренней коммуникативной структуры. Для этого массмедиа нимного нимало обращаются чуть ли не к кантовскому пониманию красоты и берут на вооружение *прекрасное*. Ведь прекрасное — эта «целесообразность без цели» — не служит никакой функции, не является чем-то полезным, утилитарным. «Прекрасная форма», в которой предстает рекламируемый товар, сбивает с толку и мотивацию воспринимающего рекламу делает непонятной для него самого.

Конечно же, массмедийная система и система экономическая обладают некоторым набором общих системных свойств, необходимых для воспроизводства их операций. Одним из главных является порожде-

ние потребностей. Система хозяйства не приспосабливается к объективным потребностям существующим где-то вне ее, тем, что их удовлетворяет. Она порождает эти потребности, а потом приспосабливается к ним, а в результате — к самой себе. Так и массмедийная информация продуцирует «массмедийный голод», в утолении которого видит потом свою задачу. Как «экономика, обособившаяся на основе денежных платежей, порождает непрерывно возникающую потребность возместить потраченные деньги, так и массмедиа производят потребность замещать избыточную информацию на информацию новую: fresh money and new information — вот центральные мотивы современной общественной динамики».[2]

Смысл «наблюдения второго порядка» как раз и состоит в сравнении смысловых различений, используемых наблюдающими системами. В данном случае речь идет о сравнении экономических и массмедийных кодов — денег и информации.

Но хозяйство, являясь общественной системой, тоже ведь смотрит на себя глазами массмедиа как средства общеобщественного самоописания. Однако экономическая реакция на массмедийные общественные реалии всегда останется экономической, ибо «оперативная замкнутость» не может быть поколеблена. На массмедийные общественные реалии, на рост представленных прессой экономических показателей экономика ответит в закрытой форме: экономическими коммуникациями — платежами и покупками, их ростом или сокращением. Между системами возможны каузальные отношения. Но это несколько не отменяет закрытый характер функционирования

2. Наст, изд., с. 38.

систем. Экономическая система не способна использовать смысловой код системы массмедиа — различение информации и неинформации. Ее кодом является различие «деньги/неденьги». Деньги покупаются, если их нет, и продаются, если они есть.

Прежде место коммуникационного кода «деньги» в экономической системе занимала «собственность», а коммуникационным ориентиром являлось различение между собственностью и ее отсутствием, мотивирующее экономические коммуникации. Но если произошла такая переориентация в системе экономики, то может быть, и в системе массмедиа прежде могли осуществляться какие-то эволюционные трансформации? Может быть, прежде ею управляли какие-то иные смысловые схематизмы или коды? Так, наверняка можно сказать, что в нашей стране код информативности не являлся центрально-мотивирующим. Массмедийный код был представлен схематизмом суггестивное/не-суггестивное. Не исключено, что в формировании массмедийной реальности более предпочтительной могла оказываться и другая сторона кода, а именно негативное значение неинформативного. Это парадокс нашего — традиционного — советского общества. Информационно-значимым и интересным становилось то, что осталось после отбора и уничтожения (в урну, в стол) самого интересного. Устранение интересного вызывало интерес; устранение нового (людей, идей) само становилось новостью. В общем, то обстоятельство, что мотивирующей оказывается негативная сторона кода, не является чем-то чрезвычайным. Так, например, и в системе медицины ориентирующей (то есть мотивирующей «присоединение» следующих коммуникаций и возникновение коммуникативной систе-

мы) является негативное значение или сторона кода «здоровье/болезнь», а именно болезнь.

3. МАССМЕДИА И ИСТИНА

Как глаз на расползающийся мир
Свободно налагает перспективу
Воздушных далей, облачных кулис
И к горизонту сводит параллели,
Внося в картину логику и строй,
Так разум среди хаоса явлений
Распределяет их по ступеням
Причинной связи, времени,
пространства
И укрепляет *логикой числа.*
Мы, возводя соборы космогонии,
Не внешний в них отображаем мир,
А только грани нашего незнанья...
Максимилиан Волошин

Всякое негативное значение (ложь, преступление etc.) — функционально, ибо привносит рефлексию, является не отрицанием, а просто «другой стороной» всякой позитивности: истины, добра и красоты. Для пояснения сказанного зададимся, например, таким вопросом (каким бы абсурдным он ни казался): почему мы видим только одну сторону Луны? Среди многочисленных возможных ответов один был бы странным, но верным: «Потому что мы не видим вторую». Ведь форма восприятия реальности и обсуждения в коммуникации принципиально двузначна. Далекое и притягательное, — и именно такую «аттрактивную» природу имеют эти коды или «катализаторы» коммуникации, — всегда двузначно. И этих значимых двузначных форм не так уж много: истина, право, любовь, власть, деньги, собственность. Эти формы — «глаза коммуникации», делающие возможной

селекцию будущих состояний системы, будущих обсуждений. И у каждой из них есть своя «другая сторона луны», родственная негативность с функцией привнесения рефлексии.

Достаток, истина и право — естественны, а бедность, ложь и бесправие заставляют задуматься: о причинах и следствиях, о том, как этого избежать. Любят (позитивная сторона «кода любви») просто так, а не любят (негативная сторона) за что-то. Никто не спрашивает, почему ты отвечаешь правду и не нарушаешь нормы закона, этот вопрос всплывает только в противном случае, но именно этот случай — одна из гарантий истинных, правовых и экономически эффективных действий и коммуникаций. Точно так же истина гарантируется исключением лжи. Другими словами, истина отвечает за замкнутость системы, является символом, ориентиром, который «замыкает» коммуникации в системе науки. Если коммуникация не стремится к истине, если ее операции не проходят «под знаком истины» (но значит, и лжи — как рефлексивного значения, «другой стороны» истины), то она не относится к системе науки. Это может быть политика, экономика, интимные отношения etc. Истина обеспечивает корпоративное единство, закрывает горизонты. Она существует как бы сама собой. В повседневной работе ученых ее словно не замечают: истинность в научной коммуникации является обыденностью и поэтому она — «слепое пятно» системы науки. Так и произведением искусства мы восхищаемся, не формулируя эксплицитно «мадонна Рафаэля — прекрасна». Так можно сказать, пожалуй, лишь детям. А для знатоков и даже поверхностных любителей искусства — это было бы чистое commonplace. Так и уче-

ный делает утверждения, не заявляя эксплицитно об истинности своих утверждений. Если же такое происходит, он превращается в наблюдателя наблюдателей, теоретика познания, что для Лумана почти идентично социологу. *Сам* факт научного утверждения заявляет о себе как о естественно-истинном. Но если это утверждение ложно, оно вызывает резонанс. Поэтому-то ложь — рефлексивна, заставляет научные коммуникации повернуться к самим себе, заставляет их «задуматься» о своей истинности. Правда, для этого требуется более глубокая дифференциация научной системы и выделение в ней подсистемы «теории познания», способной не просто «бессознательно» руководствоваться схемой *истина/ложь* для отбора своих коммуникаций, но и умеющей делать предметом осмысления и сам этот коммуникативный код, а значит, оперировать с парадоксами, применять истинное или ложное значение по отношению к самой истине.

Здесь возникает вопрос: а есть ли подобный критерий и у журналистской деятельности? В чем состоит ее функция и что связывает массмедийные коммуникации друг с другом? Оказывается, что их функция состоит не просто в информировании; она не представляет собой и функцию «четвертой власти» в структуре сдержек и противовесов, ведь «власть» — чужой коммуникативный код; она не сводится и к выражению народного сознания или *общественного мнения* (даже, напротив, это пожалуй, единственное, что они не замечают дефинитивно, ведь обратная коммуникация с адресатом исключена). Их единственная задача состоит в аутопойезисе своих операций: в *перегонке информации в неинформативные значения*. Если «приписывание» перво-

го значения является собственным достижением системы, следствием ее селекционных устремлений, то второе — необходимые отходы, если не сказать отбросы этого процесса. Но они нужны этой системе так же, как ложь нужна науке, чтобы в поисках истины *«отталкиваться»* от них во всех значениях этого слова. Чтобы выбрать новое, нужно посмотреть, а не является ли оно старым. И в этом беспрерывном процессе «поедания» информации и «выделения» «уже-не-информативного» и состоит аутопойезис системы.

Используя лишь собственные коды-различения, система осуществляет два процесса — самореференцию и инореференцию. В этой связи мы чуть ниже рассмотрим конфликт, вызванный «закрытием» НТВ, и реакцию на это со стороны самих масс-медиа. Ведь в данном случае встает вопрос о «реальности» того, что для системы не было таковою. Повседневная реальность — в том числе рутинный модус протекания собственных массмедийных операций — не наблюдается массмедиа уже в силу конститутивного недостатка системного времени. Эта реальность — когнитивно-недоступна, а в этом смысле — нереальна. Чтобы получить «информативное значение», обычное событие должно быть *конвертировано* в необычное, а значит, в каком-то смысле *потерять идентичность.* Факт массмедийного наблюдения события почти — как квантовой физике — изменяет его параметры. Найти в обычности специфичность — вот парадоксальная задача массмедиа. Поэтому мы не можем узнать что-то «обычное», познакомиться с «чистым», не вовлеченным в контекст наблюдения объективно протекающим событием «как оно существует само по себе».

Обычное и повседневное должны получить облачение экстраординарного. Чтобы обрести массмедийную действительность, собака, укусившая почтальона, должна превратиться в стаю псов и растерзать последнего.

Применяя эти коды, массмедиа тем самым различают между наблюдаемыми ими событиями, но не способны *различить* между самими этими «сторонами формы», хотя и пользуются ими для отбора «реальных» событий, — просто потому, что не способны подвергать рефлексии то, *как* они наблюдают, какие они используют при этом средства наблюдения. Сами эти различения скрыты от них, это их «слепое пятно». Но именно эта «слепота» в отношении самих значений (как объектов анализа) поставляемой информации служит своеобразной гарантией от дезинформации. Ведь массмедийным коммуникациям почти не верят, они и сами не верят себе, или по крайней мере не принимают себя за истинностную инстанцию. А раз так, то и не очень дорого стоила бы попытка ввести эту дезинформацию. И опять перед нами парадокс: «адекватность» или «объективность» массмедийной реальности или, по крайней мере, притязание на них вытекают из универсального недоверия к массмедиа, из ожиданий, что они лгут и манипулируют. С другой стороны, на фабрикацию правдоподобной лжи уйдет гораздо больше времени, чем на удивительную «правду» вокруг нас.

4. МАССМЕДИА И СВОБОДА

Случай с НТВ есть случай самореференции, ведь их темой становится они сами. Старое НТВ оправданно претендовало на роль независимого (то есть закры-

того и автономного) от мира наблюдателя, ибо единственно так только и возможно осуществлять наблюдение. Но, желая сохранить свою идентичность, оно обращается к самому себе, превращаясь в наблюдаемую, описываемую реальность, рассказывает о себе, а значит, возвращает себя в этот, как казалось бы, внешний, наблюдаемый им мир. Но тут-то, парадоксальным образом, оно и теряет идентичность. Его реальность удваивается, идентифицируется через удвоение. Одно дело — собственные операции (съемка, подготовка, обсуждение), другое дело — самопоказ через тематизацию различения между системой массмедиа и ее внешним миром (обществом, политикой, экономикой). Массмедиа тематизируют свою границу со своим внешним миром, утверждают свою автономию или закрытый характер своих операций, хотя и используют термины независимости или свободы. При этом НТВ неизбежно сталкивалось с парадоксом, с утверждениями его оппонентов, что утверждать о несвободе можно только в условиях свободы.

Чтобы разрешить указанный выше парадокс (утверждения о несвободе в условиях свободы), были применены типичные конструкции, привлечено «время», то есть конструктивное различение *будущее/прошлое.* Заявляется: свобода «пока еще» существует, но в будущем ей угрожает опасность. Но и это не разрешало парадокса. Ведь речь в таком случае шла бы об одной из внутрисистемно постулируемых коммуникативных возможностей, а следовательно, обеспечивалась бы их избыточность, и в этом смысле — свобода выбора. Несвободы в этом смысле не существует, поскольку о ней нельзя высказаться, не используя «свободу слова» как предпо-

сылку. Эта опасность маячит где-то на заднем плане и как всякая *негативность* (ложь, безвластие, бедность, бесправие, нелюбовь) обладает *рефлексивной* ценностью, и именно как одна из существующих, фоновых возможностей, заставляющих делать выбор, а следовательно, это негативное значение как неотделимое от своей позитивной «другой стороны» обеспечивает и гарантирует свободу (или коррелятивные ей дифференцированность и оперативную замкнутость социальных систем). Здесь мы сталкиваемся с фундаментальным понятием лумановской теории систем. Система проводит в себе самой свою внутреннюю границу, дифференцируя свое, отличая ее от иного: система различает между самореференцией и инореференцией. Но эта граница является внутренней, потому что она проводится в рамках посредством их собственных операций: в рамках трансляции, телешоу, где и тематизируется это отношение массмедиа и политики, массмедиа и экономики. Эта граница системы и внешнего мира «повторно вводится» в систему (re-entry). Она — всего лишь массмедийное шоу, внутреннее дело самой системы, которая поэтому бессильна против деструктивного воздействия со стороны когнитивно недоступного для нее (то есть не конструируемого ею самой) мира. Ее собственный внешний мир, ее шоуобразные «представления» о политике и экономике, их тематизация в передачах, новостях и развлечениях есть фиктивная реальность, конструирующаяся в ходе всех процессов идентификации любой системы.

В основе обособления системы массмедиа лежат процессы исключения коммуникаций, что, по Луману, является центральной характеристикой совре-

менного общества. Оно конституируется не процессами стратификации или расслоения — как это было в классической социологии от Карла Маркса до Питирима Сорокина, а процессами включения/исключения. Стратификацию можно было бы трансформировать (ликвидировать или хотя бы смягчить и компенсировать неравенство с помощью реформ и революций). Но это не удается осуществить именно в силу неустранимости процессов исключения/включения коммуникаций в дифференцированном обществе. Нельзя включить в систему типичных американских коммуникаций коммуникации среди жителей эмигрантских кварталов Бронкса. Исключения нельзя исключить. Так и система средств массовой коммуникаций исключает личный контакт с ее адресатами. Письма читателей спровоцированы, отобраны, информационно переработаны в системе именно внутренних, то есть массмедийных коммуникаций, но самое главное — опубликованы, то есть они обретают фактическую массмедийную форму протекания. Исключение из массмедийных всех остальных типов коммуникаций представляет собой важнейшее условие их обособления и успешного функционирования. Это один из глубинных парадоксов массмедийной коммуникации: *включая* телевизор и *включаясь* в нашем воображении в актуально разворачивающуюся канву обсуждения, мы *исключаем* себя из коммуникации массмедиа. И это *исключение* лежит в основе их идентичности, замкнутого характера их операций.

Поэтому-то в случае с НТВ по определению было обречено на неудачу всякое «обращение за помощью» к «народу» во имя защиты свободы слова (читай, защиты обособленности массмедиа), ибо успех

такого предприятия свидетельствовал бы как раз о необособленности этих коммуникаций.

5. МАССМЕДИА И ЧЕЛОВЕК

Ну а как быть с индивидом? Выше речь в основном шла о коммуникациях, тогда как индивид и его сознание, по Луману, суть внешние миры коммуникативной реальности. Как идентифицировать реальность индивидуальную? Как человек включен в массмедийную связь? Сознание человека как «внешний мир» коммуникации тоже является системой, использующей смысл для связи своих динамических элементов — переживаний. Часто употребляемое Луманом понятие «Эго» (адресат коммуникации) — не имеет под собой никакого «субстанционального», «субстратного» начала, а является лишь схемой различения, кодом, фикцией, функция которой — организовать порядок в хаосе переживаний. Эго-схема — средство самоописания, самопредставления (для коммуникативной экстернализации) переживаний. Немецкий исследователь Т. Метцингер называет эту схему даже *особым органом* с функцией самообособления.[3] Все, что происходит, распределяется

3. «Модель самости есть внутренняя модель той или иной системы в ее внешнем мире. Это значит: модель самости есть ментальная модель именно той системы, *посредством* которой она порождена. <...> В случае этого внутреннего самомоделирования мы сталкиваемся здесь с интересной эпистемической структурой: *часть* системы (к примеру, комплексный нейронный паттерн активации в мозге) функционирует как ментальный репрезентат системы *как целого.* <...> Модель самости внутренне репрезентирует систему *как целое* для системы. Она — как и все прочие ментальные модели — *инструмент,* который используется для достижения некоторых целей. Если посмотреть на био-

по бинарным значениям: всякое событие, его причина приписывается либо «мне», либо миру; оно пространственно близко либо далеко от Эго, современно ему или нет. То, какое из этих Эго-соотнесенных значений выбирается или приписывается событию, определяет, достигает оно порога осознания или нет, транслируется ли оно дальше в коммуникации.

«Я» — особая конструкция, необходимая как для протекания операций сознания, так и коммуникаций: «„Я" как центральный фантом рекурсивности в переживаниях и действиях все еще живет благодаря телесности всякого восприятия», — пишет Никлас Луман.

«Я» — всего лишь слово, инструмент или символ для операций самоотграничения системы в ее внешнем мире, то есть отбора коммуникативно-релевантных, «заслуживающих переживания» событий. «Я» *принадлежит* сознанию как его «орган», функция, инструмент, но конструируется или интерпретируется им так, *как будто* бы, напротив, сознание[4] принадлежит «Я» — некоему субстанциальному, субстратному стержню. Благодаря этой конструкции

логические системы, то можно было бы характеризовать его как ***абстрактный*** орган, который развивается для того, чтобы <...> выжить. В этом смысле ментальные модели самости следует интерпретировать не столько как «внутренних представителей-заместителей» и духовные образы себя самого, но ***как все более совершенствующиеся орудия, которые используются организмами в борьбе за переработку информации*** (Informationsverarbeitungskrieg)» (Th. Metzinger. Schimpansen, Spiegelbilder, Selbstmodelle und Subjekte. Der Moment der Selbsterkenntnis. Paderborn, 1993. S. 3).

4. Под сознанием Луман понимает систему, элементами которой являются переживания в самом широком смысле (любые акты сознания, эмоции, мысли, аффекты и т. д.), последовательно сменяющие друг друга во времени.

сознание предстает самому себе (то есть переживается им в его дискретных актах) как нечто целостное, как отнесенное к какому-то единому основанию, а не просто как последовательность ежесекундно сменяющихся переживаний.

И в этом процессе утверждения фиктивной идентичности человека или его сознания важное место занимает сектор развлечения массмедийной системы. И развлечения порождают реальность, а также схемы, посредством которых осуществляется личностная идентификация. Ведь кино и литература предлагают характеры — образцы для идентификации. Но что же такое идентичность, индивидуальность, аутентичность индивида? Так, характер Дона Кихота, его «непригодность» к жизни формировалась рыцарскими романами, а следовательно, последние выражают неаутентичное, предлагает индивиду для заимствования какой-то «нереальный» или, по крайней мере, неадекватный опыт. Но это *различение* реального, аутентичного и нереального, книжного опыта возвращается (повторно вводится — re-entry!) в роман, в сферу неаутентичного и учит индивида *различать* между реальной и фиктивной реальностями. Ведь именно из романа заимствуется схема донкихотства (назовем ее схематизмом практичность/непрактичность). В этом состоит парадокс аутентичности неаутентичного (или реальности фиктивного и фиктивности реального). Этому различению фиктивности и реальности учит массмедийная система, и прежде всего ее литературно-развлекающая составляющая. *Отличать* реальное мы учимся на дон кихотах, — фиктивных, парадоксальных и *неразличимых* единствах собственного (аутентичного) и заимствованного из сферы фикций (литературы) опы-

та, а следовательно, и здесь фиктивность — одно из условий «реальности», конституируемой в том числе и сегментом «развлечения»:

«Эти размышления раскрывают особый вклад сегмента «развлечение» во всеобщее производство реальности. Развлечение делает возможным самолокализацию (Selbstverortung) в изображенном [посредством массмедиа] мире. И тогда уже возникает второй вопрос — приводит ли этот маневр к удовлетворенности собой и миром. Остается открытым и вопрос о том, идентифицируем ли мы себя с характерами массмедийных сюжетов или регистрируем различия. То, что предлагается в виде развлечения, никого не обязывает, однако дает достаточно отправных точек (которые невозможно было бы обнаружить ни в новостях, ни в рекламе) для работы над собственной «идентичностью». Фиктивная реальность и реальная реальность очевидно различны, и именно поэтому индивид, — в том, что касается его индивидуальности, — оказывается на самообеспечении (wird Selbstversorger)»,[5] — пишет Луман.

Итак, массмедиа внушают чужой опыт, вторичные переживания, нечто неаутентичное, вторичное, сначала пережитое кем-то другим, но одновременно обеспечивают индивидуальное наблюдение при помощи этого различения аутентичное/вторичное, а тем самым позволяют создавать (отличать) «мою» подлинную, «мной» переживаемую реальность (то, что я вижу из окна, а не с экрана). Но анализ подводит к тому, что эту мою реальность я выделяю только потому, что *уже* применил это различение, то есть учел, а значит, использовал, переработал, операцио-

5. Наст, изд., с. 100.

нализировал массмедийную реальность, пусть и негативно. Чтобы понять, что я смотрю в окно, я должен знать, что это — не экран. В этом тоже — фиктивность (схематичность) моей аутентичности, моего аутентичного опыта, а переживание аутентичности оказывается следствием существования массмедийной реальности и применяемых мной различий.

Но не только аутентичность личностного восприятия со-определяется благодаря массмедиа, но даже и сама культура. Переживания культуры (например, туризм) — возможны лишь на фоне того, что было прочитано и увидено по телевизору в «культурных» передачах о «памятниках культуры». Туризм, таким образом, немыслим без «телетуризма». *Оригинальность* творения — всегда соотнесена с тем, что было воспроизведено миллионными тиражами, и лишь на фоне (то есть как отличное от) этого «масскульта» произведение получает значение «подлинного» или «оригинального».

«Без воспроизводства не существовало бы никаких оригинальных творений, без массмедиа культуру нельзя было бы распознать как таковую».[6] «Весна» Боттичелли оригинальна именно потому, что она не является репродукцией, а значит, оригинальность — следствие репродуктивности, а массмедиа — «латентное» и невидимое, фоновое основание культуры.

Итак, в вопросе о реальности индивид, словами Лумана, находится «на самообеспечении»

Мы сами решаем, кто мы такие. Мы идентифицируем себя с автомобилем, одеждой, домом, другим человеком, расширяя соматическое пространство. Раз-

6. Наст, изд., с. 136.

двигаем экзистенциальное время, создавая мифы о жизни после смерти, и тут же сжимаемся в непространственную точку: *«Не Я* это говорил, это вырвалось из моих уст», *«не я* это сделал, черт меня попутал». И мое тело — всего лишь моя собственность, а «Я» — неуловимый дух. Нет ни предметов, ни независимой реальности, ни самотождественного Я. Не существует реальности «самой по себе». Она конструируется из коммуникативных излишков, из которых выбираются и транслируются лишь некоторые. Коммуникации — вообще «субстанция» реальности. Все, что есть и что может быть, может быть представлено как тема коммуникации. А если коммуникация «способна» обсуждать, то она в известном смысле способна «мыслить», «осуществлять отбор», то есть «выбирать» свою следующую, присоединяющуюся коммуникацию. В этом смысле коммуникация аналогична человеческому сознанию. Акт сознания — переживание — влечет за собой следующий, а коммуникация по поводу какого-то предмета «осуществляет выбор» среди множества возможных присоединяющихся коммуникаций. Такую «самостоятельность» коммуникации, «принимающей» в ходе своего аутопойезиса квазичеловеческие «решения» о своем будущем продолжении, не следует понимать чересчур метафизически. Речь идет лишь о том, что содержание диалога определяется не сознанием его участников, а вытекает из специфики самой коммуникации, из ее контекста, степени общественной дифференциации, применяемых кодов-дифференций.

Наблюдатель конструирует реальность: скажем, газета отбирает факты, информацию. Наблюдатель наблюдателя конструирует метареальность: используя свои (латентные для него) различения, выявля-

ет (конструирует) те, которыми пользуется первый наблюдатель. Так, различение истина/неистинное скрыто для ученого. Он им не занимается, а «бессознательно» руководствуется. Но если этот ученый — социолог, а особенно если это Луман, он не просто конструирует чужие различения. Он оказывается способным снять их латентность, поскольку может сопоставить с различениями первого порядка: сравнить такие различения, как истина и власть, любовь и вера, красота и право, — на поверку оказывающиеся весьма схожими средствами конструкции = редукции комплексности мира, множества потенциальных коммуникаций, селективными критериями и ориентирами для конструирования отдельных специфических миров.

Всякая *реальность есть конструкция и функция от применяемых нами различений.* Но и познание состоит в различениях, а значит, познавать реальность и ее конструировать — одно и то же.

ПРЕДМЕТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ